

ABSTRAK

Diana Wahyuningsih, S.Sos. 2017. Pengaruh Loyalty Program dan Mall Atmosphere Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty di Bangkalan Plaza. Pembimbing : (1) Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., M.M. (2) Dr. H. Muh. Syarif, Drs. Ec., M.Si.

Perkembangan zaman yang semakin modern diikuti adanya globalisasi dan kondisi ekonomi dalam beberapa tahun terakhir di kota-kota besar di Indonesia, menyebabkan bisnis ritel saat ini berkembang dengan pesat. Oleh karena itu, tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Loyalty Program* dan *Mall Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* di Bangkalan Plaza.

Jenis penelitian ini kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja pada bulan Mei sampai Juli Tahun 2017 di Bangkalan Plaza. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan software *Smart PLS (Partial Least Square)*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Customer Satisfaction* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer loyalty*. *Mall Atmosphere* sendiri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*. Sementara *Loyalty Program* di Bangkalan Plaza memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*.

Dari penelitian ini diharapkan pihak manajemen Bangkalan Plaza akan berinovasi dalam merencanakan *Loyalty Program* agar konsumen lebih tertarik untuk berbelanja di Bangkalan Plaza. *Mall Atmosphere* yang sudah ada juga perlu dipertahankan bahkan diperbaiki lagi agar konsumen semakin puas dan setia.

Kata Kunci : *Customer Satisfaction, Customer Loyalty , Loyalty Program, Mall Atmosphere*

ABSTRACT

Diana Wahyuningsih, S.Sos. 2017. Effect of Loyalty Program and Mall Atmosphere on Customer Satisfaction and Customer Loyalty at Bangkalan Plaza. Counselor: (1) Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., M.M. (2) Dr. H. Muh. Sharif, Drs. Ec., M.Sc.

The development of an increasingly modern era followed by the globalization and economic conditions in recent years in major cities in Indonesia, causing retail business is currently growing rapidly. Therefore, the purpose of this study to determine the effect of Loyalty Program and Mall Atmosphere on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Bangkalan Plaza.

This type of research is causality with quantitative approach. The samples in this study are consumers who shop in May to July 2017 at Bangkalan Plaza. Data collection was done by distributing questionnaires. The analysis tool used is Structural Equation Modeling (SEM) with Smart PLS software (Partial Least Square).

The results of this study indicate that Customer Satisfaction has a positive and significant influence on Customer loyalty. Mall Atmosphere itself has a significant influence on Customer Satisfaction and Customer Loyalty. While Loyalty Program at Bangkalan Plaza has no significant effect on Customer Satisfaction and Customer Loyalty.

From this research, it is expected that Bangkalan Plaza management will innovate in planning Loyalty Program so that consumers are more interested in shopping at Bangkalan Plaza. Mall Atmosphere that already exist also needs to be maintained even improved again so that consumers more satisfied and loyal.

Keywords: Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Loyalty Program, Mall Atmosphere

DAFTAR ISI

Sampul Dalam	i
Lembar Persetujuan Tesis	ii
Lembar Pengesahan Tesis	iii
Surat Pernyataan Bebas Plagiat.....	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Abstrak	viii
<i>Abstract</i>	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 11
2.1 Kajian Teori	11
2.1.1 Loyalty Program	11
2.1.2 Mall Atmosphere	13
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	15
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	18
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Hipotesis	28
2.4 Rerangka Pemikiran.....	32
 BAB III METODE PENELITIAN	 33
3.1. Rancangan Penelitian	33
3.2. Populasi dan Sampel	33
3.3. Jenis Data dan Sumber Data	34
3.3.1 Jenis Data	34
3.3.2 Sumber Data.....	35
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
3.4.1 Definisi Operasional	36
3.4.2 Pengukuran Variabel	39

3.5. Metode Pengumpulan Data	40
3.6. Teknik Analisis Data	40
BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN.....	45
4.1 Data Penelitian	44
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	45
4.1.2 Analisis Deskriptif Jawaban Responden	45
4.2 Analisis dan Hasil Penelitian	53
4.2.1 Evaluasi Outer Model.....	53
4.2.1.1 Convergent Validity	54
4.2.1.2 Discriminant Validity	61
4.2.1.3 Composite Reliability	62
4.2.1.4 Average Variance Extracted (AVE)	63
4.2.2 Uji Inner Model atau Uji Model Struktural	64
4.2.3 Pengujian Model Struktural (Inner Model)	66
4.2.4 Pengujian Hipotesis	67
4.3 Pembahasan.....	70
4.3.1 Pengaruh Loyalty Program terhadap Customer Satisfaction...	70
4.3.2 Pengaruh Mall Atmosphere terhadap Customer Satisfaction...	71
4.3.3 Pengaruh Loyalty Program terhadap Customer Loyalty	72
4.3.4 Pengaruh Mall Atmosphere terhadap Customer Loyalty	73
4.3.5 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty ..	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Simpulan	76
5.2 Saran	76
5.3 Implikasi Hasil Penelitian	78
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN	