**Blangko Lampiran 2: Rancangan Usulan Penelitian**

**RANCANGAN USULAN PENELITIAN SKRIPSI**

Diajukan Oleh:

Nama : DIAN NUR RAHMAWATI

NPM : 190214766

Judul : Pengaruh Keintiman Pelanggan, Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Dan Ikatan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko H. Cilik Di Tenggarong

1. Latar Belakang

Sembilan Bahan Pokok atau disingkat *(Sembako)* adalah salah satu kebutuhan pokok masyarakat dan dibutuhkan oleh siapapun. Di Indonesia berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk di tanah air sebesar 275,77 juta jiwa hingga pertengahan tahun 2022.(Badan Pusat Statistik, 2022) Maka bidang usaha sembako tidak akan pernah mati karena selalu dibutuhkan oleh setiap orang. Semua masyarakat dari yang tingkat ekonominya rendah hingga tinggi pasti membutuhkan sembako untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Oleh karena itu, sembako mempunyai peranan penting dalam kehidupan masyarakat sehingga mudah didapatkan di warung-warung kecil, pasar tradisional, swalayan sampai mall sekalipun. (Tashdiqa et al., 2021)

Dalam persaingan yang ketat dalam bisnis, Toko H. Cilik harus mampu bersaing dengan toko sembako lainnya didaerah tersebut, upaya apa saja yang harus segera dilakukan oleh pemilikagar tetap bersaing dan terus bertahan. Jadi didalam penelitian ini dicari faktor apa saja yang dapat dilakukan oleh pemilik yang dapat digunakan dalam mengambil keputusan dan kebijakan yang dilakukan untuk Toko Toko H. Cilik

1. Rumusan Masalah

Kenyataanya menunjukan dari segi penataan produk yang kurang rapi, keterlambabatan stok barang, tempat parkir yang sempit, pemeriksaan produk yang telah expired kurang teliti, pelayanan yang kurang maksimal.

Seharusnya Menurut Kartajaya (2007:103) dalam (Sadiyah et al., 2022):8) loyalitas pelanggan berarti kemampuan perusahaan memposisikan produknya di benak pelanggan, dimana perusahaan berusaha memposisikan pelanggan sebagai mitranya dengan cara memantapkan keyakinan pelanggan, selalu berintreraksi, bila perlu mengembangkan demi kemajuan bersama.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka yang menjadi pertanyaan penulis :

1. Apakah Keintiman Pelanggan, Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Ikatan Pelanggan Secara Simultan berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko H. Cilik ?
2. Apakah Keintiman pelanggan Secara parsial berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko H. Cilik ?
3. Apakah Pengalaman Pelanggan Secara parsial berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko H. Cilik ?
4. Apakah Kepuasan Pelanggan Secara parsial berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko H. Cilik ?
5. Apakah Ikatan Pelanggan Secara parsial berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko H. Cilik ?
6. Manakah diantara variable Keintiman Pelanggan, Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Ikatan Pelanggan yang paling berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko H. Cilik ?
7. Tujuan
8. Untuk mengetahui dan menganalisis atau mengkaji Keintiman Pelanggan, Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Ikatan Pelanggan Secara Simultan berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko H. Cilik.
9. Untuk mengetahui dan menganalisis atau mengkaji Keintiman Pelanggan Secara parsial berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko H. Cilik.
10. Untuk mengetahui dan menganalisis atau mengkaji Apakah Penggalaman Pelanggan Secara parsial berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko H. Cilik.
11. Untuk mengetahui dan menganalisis atau mengkaji Apakah Kepuasan Pelanggan Secara parsial berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko H. Cilik.
12. Untuk mengetahui dan menganalisis atau mengkaji Apakah Ikatan Pelanggan Secara parsial berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko H. Cilik.
13. Untuk mengetahui dan menganalisis atau mengkaji Manakah diantara variable Keintiman Pelanggan, Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Ikatan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko H. Cilik.
14. Manfaat Penelitian
15. Bagi penulis Agar dapat menerapkan teori-teori yang didapat dibangku kuliah didunia kerja yang sesungguhnya dan juga dapat menambah wawasan keilmuan strategi pemasaran.
16. Bagi Perusahaan Sebagai bahan masukan untuk pengambilan keputusan pada pihak Toko H.Cilik.
17. Bagi dunia ilmu pengetahuan dapat dijadikan sumber referensi bagi penelitian selanjutnya dan dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan studi mengenai pemasaran.
18. Tinjauan Pustaka
19. Konsep Manajeman
20. Manajemen Pemasaran
21. Layout Pelanggan
22. Keintiman Pelanggan
23. Pengalaman Pelanggan
24. Kepuasan Pelanggan
25. Ikatan Pelanggan
26. Penelitian Terdahulu
27. Ali Akbar. (2016). Pengaruh Experiential Marketing Terhadaployalitas Pelanggan Pada Rumah Makanraja Pisjo Di Tenggarong. Jurnal Ekonomi dan Manajemen Indonesia (JEMI). (Akbar, 2016)
28. Miftahul Huda (2020), Pengaruh Customer Intimacy, Customers Experience, Customer Satisfaction Dan Customer Bonding Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Bri Syariah Kcp Panda’an Pasuruan. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Yudharta Pasuruan.(Huda, 2020)
29. Eddy Soegiarto, Yonathan Palinggi, Faizal Reza, dan Silviana Purwanti (2022), Human Capital, Difussion Model, And Endogenous Growth: Evidence From Arellano-Bond Specification. Webology (Soegiarto et al., 2022)
30. Vivin Maharani Ekowati, Sabran2, Achmad Sani Supriyanto, Vilnanda Ulvilia Pratiwi, Dan Masyhuri (2021). Assessing The Impact Of Empowerment On Achieving Employee Performance Mediating Role Of Information Communication Technology. Quality - Access to Success. (Ekowati et al., 2021)
31. Sabran, Vivin Maharani Ekowati, Dan Achmad Sani Supriyanto (2022), The Interactive Effects of Leadership Styles on Counterproductive Work Behavior: An Examination Through Multiple Theoretical Lenses. Quality - Access to Success. (Sabran et al., 2022)
32. Nilam Anggar Sari dan Raudatul Adawiyah (2019). The Impact of 900VA Electricity Tariff Adjustment on Household Consumption. *Economics Development Analysis Journal.* ((Sari & Adawiyah, 2019)
33. Fazriansyah, Nilam Anggar Sari, Mawardi (2022). Apakah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan dan penggunaan aktualpada aplikasi pembayaran digital?. *Jurmal Manajemen.* (Fazriansyah et al., 2022)
34. Metode Penelitian

Metode penelitian ini kuantitatif, penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda.

Secara umum, linier berganda persamaan regresi adalah Y = a + b1X1 + b2X2 + e (Sugiyono, 2015) dalam (Iskandar et al., 2019:242)

1. Alat Analisis
   1. Uji Validitas dan Realibilitas
   2. Analisis Regresi Linier Berganda
   3. Uji Hipotesis (Uji F dan Uji T
   4. Uji Asumsi Klasik

**Reverensi :**

Akbar, A. (2016). Pengaruh Experiential Marketing Terhadaployalitas Pelanggan Pada Rumah Makanraja Pisjo Di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Indonesian (JEMI)*, *16*(1), 22–29. https://doi.org/10.53640/jemi.v16i1.351

Badan Pusat Statistik. (2022, July 6). *Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribu Jiwa), 2020-2022*. Www.Bps.Go.Id. https://www.bps.go.id/indicator/12/1975/1/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun.html

Ekowati, V. M., Sabran, Supriyanto, A. S., Pratiwi, V. U., & Masyhuri. (2021). Assessing the impact of empowerment on achieving employee performance mediating role of information communication technology. *Quality - Access to Success*, *22*(184), 211–216. https://doi.org/10.47750/QAS/22.184.27

Fazriansyah, F., Sari, N. A., & Mawardi, M. (2022). Apakah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan dan penggunaan aktualpada aplikasi pembayaran digital? *Jurmal Manajemen* , *14*(2), 271–283. https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i2.11126

Huda, M. (2020). Pengaruh customer intimacy, customers experience, customer satisfaction dan customer bonding terhadap loyalitas nasabah pada Bank Bri Syariah Kcp Panda’an Pasuruan. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, *4*(2), 243–260. https://doi.org/10.30868/ad.v4i02.903

Iskandar, I., Hutagalung, D. J., & Adawiyah, R. (2019). The Effect of Job Satisfaction and Organizational Commitment Towards Organizational Citizenship Behavior (OCB): A Case Study on Employee of Local Water Company “Tirta Mahakam” Kutai Kartanegara Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, *8*(3), 236–249. https://doi.org/10.26418/jebik.v8i3.35001

Sabran, Ekowati, V. M., & Supriyanto, A. S. (2022). The Interactive Effects of Leadership Styles on Counterproductive Work Behavior: An Examination Through Multiple Theoretical Lenses. *Quality - Access to Success*, *23*(188), 145–153. https://doi.org/10.47750/QAS/23.188.21

Sadiyah, H., Palinggi, Y., & Adawiyah, R. (2022). Pengaruh Physical Evidencedan Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Chanel Distro Di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Indonesia (JEMI)*, *18*(1), 7–13. https://doi.org/10.53640/jemi.v18i1.500

Sari, N. A., & Adawiyah, R. (2019). Economics Development Analysis Journal The Impact of 900VA Electricity Tariff Adjustment on Household Consumption. *Economics Development Analysis Journal*, *8*(2), 200–214. https://doi.org/10.15294/edaj.v8i2.31124

Soegiarto, E., Palinggi, Y., Faizal, R., & Purwanti, S. (2022). Human Capital, Difussion Model, And Endogenous Growth: Evidence From Arellano-Bond Specification. *Webology*, *19*(2), 6265–6278. https://www.webology.org/data-cms/articles/20220319100913pmwebology%2019%20(2)%20-%20456%20pdf.pdf

Tashdiqa, A., Lestari, R. N., Rahayu, Y., Syabaniah, R. N., & Mutiara, E. (2021). Rancangan bangun sistem informasi pelaporan harga sembako. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi*, *01*(01), 18–24. https://doi.org/10.31294/justika.v1i1.446

Tenggarong, 08 Oktober 2022

|  |  |
| --- | --- |
| Diketahui,  Dosen Wali  ALI AKBAR, SE.,M.Si  NIDN/NIDK. 1110117701 | Mahasiswa/i,  DIAN NUR RAHMAWATI  NPM : 190214766 |
| Disetujui, | |
| Ketua Program Studi,  ALI AKBAR, SE.,M.Si  NIK. 11027 1015 101177 | Wakil Dekan I,  Dr. Sabran, SE.,M.Si  NIK. 11008 100 180872 |
| Dekan,  Syahrudin S, SE.,M.Si  NIK. 11022 1108 300972 | |

DOSEN PEMBIMBING:

|  |  |
| --- | --- |
| Nama Pembimbing | Paraf Kaprodi |
| 1. ……………………………………………………… | ……… |
| 1. ……………………………………………………… | ………. |

\*). Diisi semua dan diketik pakai huruf Times New Roman.