

PENGARUH *ACCESS PROXIMITY* TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN DI INDOMARET  
SURABAYA: DIMEDIASI OLEH  
*TIME MANAGEMENT*



OLEH:  
FEBIANUS EKA YUDHA WIBIAMTO  
3103016197

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2020

PENGARUH *ACCESS PROXIMITY* TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN DI INDOMARET  
SURABAYA: DIMEDIASI OLEH  
*TIME MANAGEMENT*

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

FEBIANUS EKA YUDHA WIBIAMTO

3103016197

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA

2020

# HALAMAN PERSETUJUAN

## SKRIPSI

### PENGARUH *ACCESS PROXIMITY* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI INDOMARET SURABAYA: DIMEDIASI OLEH *TIME MANAGEMENT*

OLEH :

FEBIANUS EKA YUDHA WIBIAMTO  
3103016197

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Digitally signed by Elisabeth  
Supriharyanti  
DN: cn=Elisabeth Supriharyanti,  
o=Universitas Katolik Widya  
Mandala Surabaya, ou=Fakultas  
Bisnis, email=elisabeth-  
supriharyanti@id, c=ID  
Date: 2020.07.23 12:01:21 +0700

Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.  
NIDN: (0728047601)  
Tanggal: 19 Juni 2020

Pembimbing II,



Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB.  
NIDN: (0701079401)  
Tanggal: 13 Juni 2020

## HALAMAN PENGESAHAN

**Skripsi yang ditulis oleh: Febianus Eka Yudha Wibiamto NRP: 3103016197**  
Telah diuji pada tanggal 03 Juli 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM.  
NIDN: 0727036701

Dekan

Ketua Jurusan



Jan Lodovicus Lasdi, M.M., Ak., CA., CPA.  
NIDN: 0713097203

Robertus Sigit H.L, SE.,M.Sc  
NIDN: 0703087902

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN  
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai Mahasiswa Universitas  
Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Febianus Eka Yudha Wibiamto

NRP : 3103016197

Judul : Pengaruh *Access Proximity* terhadap Loyalitas Konsumen di  
Indomaret Surabaya: Di Mediasi Oleh *Time Management*

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini  
merupakan plagiarism, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh  
Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui  
bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain  
(*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya)  
untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya  
buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 17 Juni 2020

Yang menyatakan



Febianus Eka Yudha Wibiamto

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, kasih, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Access Proximity* terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Surabaya: Dimediasi oleh *Time Managament*” dengan baik dan dapat selesai tepat waktu. Penyusunan tugas akhir ini, dilakukan dalam rangka memenuhi persyaratan untuk dapat mencapai program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam menyelesaikan tugas akhir, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak mungkin dapat selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Baik secara langsung maupu tidak langsung, hingga terselesaikannya tugas akhir ini. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingi menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran, serta kesabaran dalam membimbing penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
4. Ibu Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran, serta kesabaran dalam membimbing penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
5. Bapak Drs. P. Julius F. Nagel, S. Th., MM. selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis dari semester awal hingga akhir dalam menempuh mata kuliah.

6. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
7. Segenap Staf Tata Usaha Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak membantu penulis dalam segala hal.
8. Kedua orang tua dan segenap keluarga yang selalu senantiasa mendoakan dan memberi dukungan, baik dukungan moral maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
9. Teman-teman satu bimbingan skripsi yang saling mendukung Budi, Edwin, Aldwin, Ryan, Septian, Tiofany, Yehezkiel.
10. Teman-teman seperjuangan yang saling mendukung satu sama lain, Yeremia, Adjie, Andre, Stella, Nathalia, Mona, Septian, Tiofany, Pratama, dan Daniel.
11. Teman-teman peneliti yang selalu mendukung Ardhi, Nabila, Sovira, dan Karina.
12. Seluruh responden penelitian yang menyempatkan waktunya dalam mengisi kuesioner.
13. Pihak-pihak berkepentingan yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas doa, dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran maupun kritik yang membangun untuk perbaikan tugas akhir ini, agar kedepannya tugas akhir ini dapat menjadi karya yang lebih baik lagi. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan berguna bagi para pembaca dan berbagai pihak dan dapat menjadi referensi bagi penelitian berikutnya.

Surabaya, 07 Juni 2020

Febianus Eka Yudha Wibiamto

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN ILMIAH .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penulisan .....	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Konsumen Postmodern .....	9
2.1.2 <i>Access Proximity</i> .....	10
2.1.3 <i>Time Management</i> .....	11
2.1.4 <i>Loyalty</i> .....	12
2.2 Penelitian Terdahulu .....	14
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	16
2.3.1 Pengaruh <i>Access Proximity</i> terhadap <i>Time Management</i> .....	16
2.3.2 Pengaruh <i>Time Managament</i> terhadap <i>Loyalty</i> .....	17
2.3.3 Pengaruh <i>Access Proximity</i> terhadap <i>Loyalty</i> .....	18
2.3.4 Peran mediasi <i>Time Management</i> .....	18
2.4 Model Penelitian .....	19
2.5 Hipotesis .....	20



BAB 3. METODE PENELITIAN .....	21
3.1 Desain Penelitian .....	21
3.2 Identifikasi Variabel.....	21
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	22
3.3.1 <i>Access Proximity</i> .....	22
3.3.2 <i>Time managment</i> .....	22
3.3.3 <i>Loyalty</i> .....	23
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.4.1 Jenis Data .....	23
3.4.2 Sumber Data.....	23
3.5 Pengukuran Variabel .....	24
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	24
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan .....	25
3.7.1 Populasi .....	25
3.7.2 Sampel.....	25
3.7.3 Teknik Penyampelan .....	25
3.8 Teknik Analisis Data.....	26
3.8.1 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	26
3.8.2 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	28
3.8.3 Pengujian Hipotesis.....	29
 BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	 31
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian .....	31
4.1.1 Usia .....	31
4.1.2 Frekuensi Berkunjung ke Indomaret.....	32
4.1.3 Penghasilan atau Uang Saku.....	32
4.1.4 Domisili .....	33
4.1.5 Jarak atau Radius Indomaret dari Tempat Tinggal .....	33
4.2 Deskripsi Data.....	34
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Access Proximity</i> .....	34
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Time Management</i> .....	35
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Loyalty</i> .....	36
4.3 Hasil Analisis Data .....	37

4.3.1	Evaluasi Model Struktural ( <i>Outer Model</i> ).....	38
4.3.2	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	41
4.4	Pembahasan.....	46
4.4.1	Pengaruh <i>Access Proximity</i> terhadap <i>Time Managament</i> .....	46
4.4.2	Pengaruh <i>Time Managament</i> terhadap <i>Loyalty</i> .....	47
4.4.3	Pengaruh <i>Access Proximity</i> terhadap <i>Loyalty</i> .....	48
4.4.4	<i>Time Managament</i> memediasi pengaruh positif <i>Access Proximity</i> terhadap <i>Loyalty</i> .....	48
BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN .....		50
5.1	Simpulan .....	50
5.2	Keterbatasan.....	51
5.3	Saran .....	51
5.3.1	Saran Akademis .....	51
5.3.2	Saran Praktis .....	52
DAFTAR PUSTAKA .....		53
LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Pendapatan Usaha Indomaret dan Alfamart.....	2
Tabel 2.1.Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang....	15
Tabel 4.1.Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	29
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung ke Indomaret .....	30
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	30
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	31
Tabel 4.5.Karakteristik Responden Berdasarkan Jarak atau Radius.....	31
Tabel 4.6.Kategori Penilaian Skala Interval .....	32
Tabel 4.7.Statistik Deskriptif Variabel <i>Access Proximity</i> .....	33
Tabel 4.8.Statistik Deskriptif Variabel <i>Time Management</i> .....	33
Tabel 4.9.Statistik Deskriptif Variabel <i>Loyalty</i> .....	34
Tabel 4.10.Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	36
Tabel 4.11.Hasil <i>Outer Loading</i> untuk Masing-Masing Indikator .....	37
Tabel 4.12.Nilai <i>Cross Loading Discriminant Validity</i> .....	38
Tabel 4.13. <i>Fornell-Larcker Criterion</i> .....	38
Tabel 4.14. <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	39
Tabel 4.15.Nilai <i>R-square</i> .....	40
Tabel 4.16.Nilai <i>F-square</i> .....	40
Tabel 4.17.Nilai <i>Predictive Relevance</i> .....	41
Tabel 4.18. <i>Path Coefficients</i> dan t-statistik ( <i>direct effect</i> ).....	42
Tabel 4.19. <i>Path Coefficients</i> dan t-statistik ( <i>indirect effect</i> ).....	42

## DAFTAR GAMBAR

Halaman	
Gambar 1.1. Pendapatan Usaha MPPA Retail Group.....	2
Gambar 1.2. Jumlah Indomaret, Alfamart, dan Alfamidi (Jan-Jun 2018) .....	3
Gambar 2.1. Model Penelitian .....	19
Gambar 4.1. <i>Path Model</i> SmartPLS 3.0.....	36
Gambar 4.2. <i>Path Analysis</i> .....	43

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Hasil PLS *Algorithm*
- Lampiran 6. Hasil PLS *Bootstrapping*
- Lampiran 7. *Partial Least Square Model*
- Lampiran 8. *Partial Least Square Algorithm*
- Lampiran 9a. *Partial Least Square Bootstrapping*
- Lampiran 9b. *Path Analysis*

## ABSTRAK

Industri ritel, merupakan salah satu bidang industri yang sangat berkembang di Indonesia. Namun, fenomena yang terjadi saat di Indonesia industri ritel mengalami perkembangan yang cukup berbeda, dimana toko ritel besar mengalami penurunan baik dari sisi gerai atau toko fisik dan pendapatan. Hal ini dikarenakan masyarakat lebih berminat belanja di toko terdekat atau gerai ritel kecil. Salah satu kehadiran toko ritel yang sedang berkembang dan tumbuh saat ini adalah Indomaret. Banyaknya toko ritel besar yang mengalami penurunan dan diikuti dengan bertumbuhnya toko ritel kecil seperti Indomaret menjadi fenomena menarik dalam penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Access Proximity* terhadap *Loyalitas* konsumen di Indomaret Surabaya: Dimediasi oleh *Time Management*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 150 responden dan berdomisili di Surabaya. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* dengan aplikasi program SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Access Proximity* berpengaruh positif terhadap *Time Management*, *Time Management* berpengaruh positif terhadap *Loyalty*, *Access Proximity* tidak berpengaruh positif terhadap *Loyalty* dan *Time Management* memiliki peran mediasi penuh terhadap *Access Proximity* dan *Loyalty*.

Kata Kunci: *Access Proximity*, *Time Management*, *Loyalty*.

**THE EFFECT OF ACCESS PROXIMITY TO CONSUMER LOYALTY  
IN INDOMARET SURABAYA: MEDIATED BY  
TIME MANAGEMENT**

**ABSTRACT**

The retail industry, is one of the highly developed industrial sectors in Indonesia. However, the phenomenon that occurs when in Indonesia the retail industry experiences a quite different development, where large retail stores have decreased both in terms of outlets or physical stores and revenue. This is because people are more interested in shopping at the nearest store or small retail outlet. One of the presence of retail stores that are currently developing and growing is Indomaret. The number of large retail stores has decreased and followed by the growth of small retail stores such as Indomaret to be an interesting phenomenon in this study.

This study aims to analyze The Effect of Access Proximity To Consumer Loyalty in Indomaret Surabaya: Mediated by Time Management. The sampling technique uses non probability sampling with purposive sampling. The sample used as many as 150 respondents and domiciled in Surabaya. Data collection tools used were questionnaires. The data analysis technique used is Partial Least Square with SmartPLS 3.0 application program.

The results of this study indicate that Access Proximity has a positive effect on Time Management, Time Management has a positive effect on Loyalty, Access Proximity does not has a positive effect on Loyalty and Time Management has a full mediating role on Access Proximity and Loyalty.

Keywords: Access Proximity. Time Management, Loyalty.