UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS PENGARUH ATRIBUT CITRA TOKO PADA LOYALITAS TOKO STUDI PADA TRANSMART CARREFOUR DAN HYPERMART
ASTRI ANGGANA B, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh atribut citra toko yang terdiri dari produk yang dijual, personil toko, atmosfer toko, lokasi toko dan promosi penjualan pada loyalitas toko. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen Transmart Carrefour dan Hypermart di Indonesia. Metode pengambilan data pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan data akhir sebanyak 260 responden. Kriteria responden yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Transmart Carrefour atau Hypermart minimal 1 kali dalam kurun waktu 3 bulan terakhir. Pengambilan data penelitian menggunakan kuesioner yang disebarkan secara daring. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa atribut citra toko yang terdiri dari produk yang dijual, personil toko, atmosfer toko, lokasi toko dan promosi penjualan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada loyalitas toko. Lokasi toko memiliki pengaruh paling dominan pada loyalitas toko. Berdasarkan hasil analisis deskriptif ditemukan bahwa loyalitas toko dan atribut citra toko Transmart Carrefour lebih tinggi dibandingkan Hypermart.

Kata kunci: loyalitas toko, produk yang dijual, personil toko, atmosfer toko, lokasi toko, promosi penjualan, ritel modern, hipermarket, Transmart Carrefour, Hypermart

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS PENGARUH ATRIBUT CITRA TOKO PADA LOYALITAS TOKO STUDI PADA TRANSMART CARREFOUR DAN HYPERMART
ASTRI ANGGANA B, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This aim of this research is to analyse the influence of store image attributes consisting of merchandise, store personnel, store atmosphere, store location and sales promotion on store loyalty. The samples used in this study are Transmart Carrefour and Hypermart consumers in Indonesia. Data collection method in this research used purposive sampling method with 260 respondents participated. Respondent's characteristic for this research is consumers who shop at Transmart Carrefour or Hypermart at least 1 time within the last 3 months. The data were collected using questionnaires distributed online. The analytical method in this research used multiple linear regression.

The results of this research found that store image attributes consisting of merchandising, store personnel, store atmosphere, store location and sales promotion have a positive and significant influence on store loyalty. Store locations have the most dominant influence on store loyalty. Based on the results of descriptive analysis found that store loyalty and store image attributes of Transmart Carrefour is higher than Hypermart.

Keywords: store loyalty, merchandising, store personnel, store atmosphere, store location, sales promotion, modern retail, hypermarkets, Transmart Carrefour, Hypermart.