

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh atribut toko pada pengalaman pelanggan dan keterikatan pelanggan. Atribut toko yang digunakan dalam penelitian ini yaitu produk yang dijual, pelayanan, dan suasana toko. Objek penelitian ini adalah kedai kopi dan ruang kerja bersama di Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman. Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen pria dan wanita di kedai kopi dan ruang kerja bersama. Frekuensi transaksi minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir. Responden berusia berkisar 18 hingga 45 tahun.

Responden penelitian ini berjumlah 100 orang. Data dikumpulkan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan alat SPSS dengan pengujian regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut toko yang berpengaruh positif dan signifikan pada pengalaman pelanggan adalah produk yang dijual dan suasana toko. Sedangkan atribut yang berpengaruh positif dan signifikan pada keterikatan pelanggan adalah produk yang dijual dan pelayanan. Pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterikatan pelanggan.

Kata kunci: atribut toko, produk yang dijual, pelayanan, suasana toko, pengalaman pelanggan, keterikatan pelanggan

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of store attributes on customer experience and customer engagement. Store attributes used in this study are merchandise, service, and store atmosphere. The object of this study was coffee shops and co-working spaces in the City of Yogyakarta and Sleman Regency. Respondents of this study were male and female consumers in coffee shops and co-working spaces. Frequency of transactions at least 2 times in the last 6 months. Respondents range from 16 to 45 years old.

The respondents of this study were 100 peoples. Data were collected using a non probability sampling method with purposive sampling technique. Data were analyzed using SPSS by testing simple linear regression and multiple linear regression. The results showed that the store attributes that had a positive and significant effect on customer experience were merchandise and store atmosphere. While the attributes that have a positive and significant effect on customer engagement are merchandise and service. Customer experience has a positive and significant effect on customer engagement.

Keywords: store attributes, merchandise, service, store atmosphere, customer experience, customer engagement.