



## INTISARI

Persaingan yang ketat di era globalisasi ini mengakibatkan banyaknya pemain dalam pasar dengan segala macam keunggulan produk yang ditawarkan. Hal ini menyebabkan perusahaan semakin sulit untuk mendapatkan pelanggan baru. Salah satu industri yang tak luput dari ketatnya persaingan tersebut ialah industri batik di Indonesia. Batik Keris dan Batik Danar Hadi sebagai pelaku industri dengan pangsa pasar terbesar di Indonesia perlu memikirkan cara untuk memperoleh perhatian konsumen. Kesadaran akan mahalannya biaya untuk menarik konsumen baru membuat kedua perusahaan tersebut harus memaksimalkan potensi konsumen lama yang pernah melakukan pembelian produk batik mereka. Di antara banyak cara untuk meningkatkan intensitas pelanggan agar bersedia melakukan pembelian atau kunjungan ulang, citra toko menjadi salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Setidaknya terdapat lima faktor dari citra toko yang diduga melatarbelakangi konsumen untuk melakukan pembelian ulang produk Batik Keris dan Batik Danar Hadi. Lima faktor tersebut diantaranya meliputi lokasi toko, desain toko dan fasilitas fisik, barang yang dijual, iklan dan promosi penjualan, dan personil toko. Penelitian ini membuktikan pengaruh faktor-faktor tersebut dengan menguji pengaruh lokasi toko, desain toko dan fasilitas fisik, barang yang dijual, iklan dan promosi penjualan, serta personil toko pada loyalitas konsumen konsumen Batik Keris dan Batik Danar Hadi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan instrumen penelitian berupa kuesioner dengan menggunakan lima poin skala likert. Pengambilan sampling dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah data sebanyak 104 responden. Metode analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa (1) lokasi toko berpengaruh positif pada loyalitas konsumen konsumen Batik Keris dan Batik Danar Hadi (2) desain toko dan fasilitas fisik tidak berpengaruh positif pada loyalitas konsumen konsumen Batik Keris dan Batik Danar Hadi, (3) barang yang dijual berpengaruh positif pada loyalitas konsumen konsumen Batik Keris dan Batik Danar Hadi, (4) iklan dan promosi penjualan berpengaruh positif pada loyalitas konsumen konsumen Batik Keris dan Batik Danar Hadi, (5) personil toko berpengaruh positif pada loyalitas konsumen konsumen Batik Keris dan Batik Danar Hadi.

*Kata kunci : lokasi toko, desain toko dan fasilitas fisik, barang yang dijual, iklan dan promosi penjualan, personil toko, loyalitas konsumen, Batik Keris, Batik Danar Hadi.*



## ABSTRACT

*Globalization era has resulted the high number of players in the market with all kinds of product benefits offered to the consumers. This led to the difficulties for companies to get new customers. One of the industries which could not escape these intense competition is batik industry in Indonesia. Batik Keris and Batik Danar Hadi as the major players in this industry with the largest market share in Indonesia need to find a way to get the attention of consumers. Awareness of the high cost needed to attract new customers could make these companies to maximizing the potential of the remain consumers who had been already purchases their batik products. There are many ways to increase the intensity of the customers to make repurchase activity, store image became one of the important aspects that need to be considered by the companies. There are at least five factors of the store image that allegedly trigerring the consumer intends to keep loyal and tend to repurchasing the products of Batik Keris and Batik Danar Hadi. Five of these factors are store location, store design and physical facilities, goods sold, advertising and sales promotion, and store personnel. This study proves the influence of these factors by testing the effect of store location, store design and physical facilities, goods sold, advertising and sales promotion, as well as store personnel on the consumer customer loyalty of Batik Keris Batik Danar Hadi.*

*The method of this research is a quantitative method with a questionnaire research instruments by using a five-point Likert scale. Sampling was done by using purposive sampling with the amount of data as much as 104 respondents. The analytical method used in this research is multiple linear regression, the classic assumption test, and hypothesis testing.*

*The results of this study concluding prove that (1) the location of the store have a positive impact on the Batik Keris and Batik Danar Hadi repurchase intension, (2) store design and physical facilities does not have a positive impact on the Batik Keris and Batik Danar Hadi customer loyalty, (3) the goods sold have a positive impact on the Batik Keris and Batik Danar Hadi customer loyalty, (4) advertising and sales promotion have a positive impact on the Batik Keris and Batik Danar Hadi customer loyalty, (5) the store personnel have a positive impact on the Batik Keris and Batik Danar Hadi customer loyalty.*

*Keywords: store location, store design and physical facilities, goods sold, advertising and sales promotion, store personnel, customer loyalty, Batik Keris, Batik Danar Hadi.*