

ABSTRACT

This study aims to determine whether the environment of single-brand fashion retailer stores cues gives impact on the customers' love and loyalty toward the stores. Sampling method which is being used in this study is the purposive sampling to select respondents who had visited retail fashion store under PT. Mitra Adi Perkasa (MAP) more than twice for the last 6 months. Simple Linear Regression is used for testing the relation between variables. The results showed that customers' love toward the stores is positively affected by the store environmental cues which are ambience cues, design cues, social cues, and merchandise cues. In addition, the customers' loyalty toward the stores is positively influenced by their love toward the stores itself. This result implies that fashion retailer should pay more attention to the store environmental cues, especially the merchandise cues, for increasing the customers' love and loyalty toward the stores.

Keywords: Customer loyalty, store loyalty, store environmental cues, fashion retail store

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana atribut-atribut lingkungan toko memengaruhi kecintaan dan kesetiaan pelanggan terhadap toko ritel fesyen merek tunggal. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan purposive sampling yaitu dengan memilih responden yang merupakan pelanggan yang pernah mengunjungi dan berbelanja di toko ritel fesyen yang berada di bawah naungan PT. Mitra Adi Perkasa (MAP) lebih dari dua kali dalam kurun waktu 6 bulan terakhir. Alat analisis yang digunakan untuk mencari hubungan antar variabel adalah Regresi Linier Sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecintaan pelanggan terhadap toko dipengaruhi secara positif oleh atribut-atribut lingkungan toko yaitu, atribut suasana, atribut desain, atribut sosial dan atribut produk. Lalu kesetiaan pelanggan terhadap toko dipengaruhi secara positif oleh kecintaan pelanggan terhadap toko. Hasil dari penelitian ini mengimplikasikan bahwa pemasar ritel fesyen sebaiknya lebih memerhatikan atribut-atribut yang ada dalam lingkungan toko, terutama atribut produk, yang dapat meningkatkan rasa cinta pelanggan terhadap toko tersebut sehingga loyalitas pelanggan terhadap toko ritel juga meningkat.

Kata Kunci: Loyalitas pelanggan, kesetiaan terhadap toko, kecintaan terhadap toko, atribut lingkungan toko, toko ritel fesyen.