

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara citra toko terhadap kepuasan konsumen dan frekuensi kunjungan kembali ke toko tersebut. Dalam pengolahan datanya, penelitian ini menggunakan metode analisis regresi dan menggunakan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS).

Penelitian ini menggunakan jumlah data responden sebanyak 201 responden yang berkisar pada usia 18-25 tahun dan setidaknya pernah sekali berkunjung ke salah satu dari ketiga toko serba ada Matahari, Ramayana, atau Centro.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama faktor dari Citra Toko berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen maupun Frekuensi Kunjungan Kembali. Namun secara terpisah hanya faktor SDM, kegiatan promosi, dan kondisi fisik toko dan fasilitas pendukung saja yang berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada variabel prediktor frekuensi kunjungan kembali yang terdiri dari faktor SDM, kegiatan promosi, produk inti, dan kondisi fisik toko dan fasilitas pendukung menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan terhadap frekuensi kunjungan kembali dalam hal pengalaman berbelanja di toko tersebut.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Frekuensi Kunjungan Kembali, Sumber Daya Manusia, Kebijakan Harga, Kegiatan Promosi, Produk Inti, Kondisi Fisik Toko dan Fasilitas Pendukung.

ABSTRACT

This study was conducted to determine the relationship store image on customer satisfaction and the frequency of return visits to these tokos. In processing the data, this study uses regression analysis method and using the program Statistical Package for Social Science (SPSS).

The number of respondents used in this study was 201 respondents and ranged in age from 18-25 years and at least once visited one of these three tokos; Matahari, Ramayana, or Centro.

The results of this study show that concurrently the factors of Store Image influence on customer satisfaction and visit frequency. But separately only human resources factors, promotional activities, and the physical condition of the tokos and supporting facilities shows significant and positive effect on customer satisfaction. While the visit frequency predictor variables consisting of human resource factors, promotional activities, core products, and the physical condition of the tokos and supporting facilities shows a positive and significant impact on the visit frequency in terms of shopping experience at these tokos.

Keywords: Customer Satisfaction, Visit Frequency, Human Resources, Price Policy, Promotional Activities, Core Products, Physical Condition of the Tokos and Supporting Facilities.