

## **INTISARI**

### **PENGARUH KEPERIBADIAN MEREK TOKO DAN KESESUAIAN PRIBADI PADA LOYALITAS TOKO DIMODERASI OLEH JENDER**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari kepribadian merek toko dan kesesuaian pribadi terhadap loyalitas toko yang dimoderasi oleh jender. Loyalitas seorang pelanggan merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran, karena loyalitas pelanggan akan sangat menguntungkan bagi suatu perusahaan.

Kepribadian merek, yang dimaksud meliputi kualitas jasa dan barang yang ditawarkan, karena pada dasarnya keduanya susah untuk dipisahkan. Kesesuaian pribadi yang dimaksud adalah sejauh mana persepsi responden menilai pribadinya sesuai atau cocok dengan Matahari Department Store. Selanjutnya, dilakukan dua kali analisis, yang pertama dengan menggunakan model regresi linier berganda dan selanjutnya menggunakan analisis regresi berganda dengan moderator variabel yaitu jender.

Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini menyatakan bahwa kepribadian merek toko dan kesesuaian pribadi berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas toko, dan jender terbukti memoderasi hubungan di dalamnya. Hal ini menunjukkan bahwa dalam upaya manajemen untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya dapat memperhatikan ketiga aspek tersebut, selain aspek-aspek lain di luar variabel penelitian yang memiliki pengaruh juga guna memperoleh hasil yang lebih maksimal lagi.

**Kata Kunci:** Kepribadian Merek, Kesesuaian Pribadi, Loyalitas, Jender

## **ABSTRACT**

### **IMPACTS OF RETAIL BRAND PERSONALITY AND SELF-CONGRUITY ON STORE LOYALTY MODERATED BY GENDER**

The research aiming to analyze the affection of retail brand personality and self-congruity on store loyalty that moderate by gender. Loyalty of customers is the main purpose of marketing strategy, because customer can make a great advantage for company.

Brand personality that pointed in here are service quality and offered product, because the two things that mentioned before are inseparable. Self-congruity in here is how far respondent perception in evaluating their personality is suit or not with Matahari Department Store. Then, there are two type analysis, first analysis using simple multiple linear regression and second using multiple regression analysis with moderator variable, which is gender as moderator variable.

The result in this research state that retail brand personality and self-congruity of customer personality has significantly giving positive affection with store loyalty, and gender has proven moderate the relationship of both. The linkages of that things shown us the effort to increasing loyalty consumer can showed three aspects that have mentioned before, besides there are the other research variable which is can affected for gaining maximum result.

**Keywords:** Brand Personality, Self-congruity, Loyalty, Gender, Retail