

ABSTRAK

Audrey Fabrianne Sukatama (01120090019)

ANALISIS PENGARUH *STORE IMAGE* TERHADAP *STORE LOYALTY* MELALUI *STORE SATISFACTION* PADA GIANT *HYPERMARKET* DI SURABAYA

(xiv + 83 halaman; 14 gambar, 18 tabel; 2 lampiran)

Saat ini sering ditemukan sejumlah keluhan dari pelanggan yang berbelanja di suatu toko. Salah satunya adalah adanya ketidakpuasan yang dirasakan oleh salah satu pelanggan yang berbelanja di Giant *Hypermarket* di Surabaya. Selain itu, keluhan tersebut disinyalir akibat kurangnya pembentukan *image* yang tepat dan kurangnya kepuasan. Adanya fenomena negatif yang terjadi di Giant *Hypermarket* di Surabaya menarik untuk diteliti. Penelitian sebelumnya mengungkapkan beberapa faktor yang mempengaruhi *Store Loyalty* adalah *Store Image* dan *Store Satisfaction*.

Untuk mendapatkan kinerja toko yang baik maka suatu toko harus memperhatikan para pelanggannya. Salah satu masalah yang dihadapi oleh suatu toko adalah tingkat kesetiaan dari para pelanggan terhadap suatu toko. Penelitian ini menjelaskan pengaruh mediasi dari *Store Satisfaction* dalam kaitannya antara *Store Image* terhadap *Store Loyalty*.

Seratus lima puluh pelanggan telah memiliki keinginan untuk menjawab suatu *self-administered questionnaire*. Empat hipotesis telah dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan program Lisrel 8.80. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Store Image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Store Satisfaction*. *Store Satisfaction* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Store Loyalty*. *Store Image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Store Loyalty*. Selanjutnya, *Store Satisfaction* telah terbukti sebagai variabel mediasi antara *Store Image* terhadap *Store Loyalty*.

Rekomendasi dari penelitian ini adalah meningkatkan *Store Image* seperti dengan memberikan diskon-diskon dan promo-promo yang menarik konsumen, sehingga dapat meningkatkan pula *Store Satisfaction* dan selanjutnya dapat meningkatkan pula *Store Loyalty* yang dirasakan oleh para pelanggan dari Giant *Hypermarket* di Surabaya.

Kata kunci: *Store Image*, *Store Satisfaction*, *Store Loyalty*