

ABSTRAK

Konsumen pada saat sekarang ini punya alasan dalam berbelanja, bahkan konsumen menginginkan adanya suatu konsep berbelanja yang berbeda. Banyaknya jumlah ritel yang ada sekarang ini menjadikan konsumen semakin selektif dalam menentukan toko mana yang akan mereka jadikan pilihan sebagai tempat belanja. Menghadapi situasi bisnis seperti ini para retailer melihat, bahwa semakin meningkatkannya persaingan dibisnisnya membuat semakin susah membedakan toko mereka jika seolah-olah hanya didasarkan pada barang dagangannya, harga, promosi dan lokasinya. Pengecer juga harus memperhatikan salah satu variabel yang tidak kalah pentingnya yaitu unsur lingkungan toko. Lingkungan toko ritel tersusun dari sejumlah elemen yang didalamnya terdiri dari faktor ambien, faktor Desain dan faktor sosial yang nantinya akan menawarkan banyak rangsangan yang dijadikan petunjuk oleh konsumen dalam proses pencarian informasi dalam waktu singkat, sekaligus memberikan pengaruh kuat pada persepsi konsumen mengenai kualitas barang dagangan. Konsumen menarik kesimpulan tentang kualitas barang dagangan didasarkan pada faktor lingkungan toko dan kesimpulan ini pada akhirnya akan mempengaruhi store image.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi pelanggan faktor ambien, faktor desain, faktor sosial terhadap persepsi kualitas barang dagangan SOGO departemen store di Plaza Tunjungan Surabaya dan mengetahui pengaruh persepsi kualitas barang dagang terhadap store Image SOGO Plaza Tunjungan Surabaya. Bila nantinya diketahui ada pengaruh antara *Store Image environment* terhadap persepsi kualitas barang dagangan dan dampaknya pada *store image* SOGO, maka hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi perusahaan untuk menyusun strategi baru usaha eceran yang lebih efektif dan efisien.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Baker (1994) yang menyatakan bahwa persepsi pelanggan pada *Store environment* merupakan faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas barang dagangan yang pada akhirnya berpengaruh pada *store image*. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 200 orang. Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier bertahap dengan $X_1 =$ Persepsi pelanggan pada *ambient factor*, $X_2 =$ *Desain factor*, $X_3 =$ Persepsi pelanggan pada *Sosial factor* dan $Y_1 =$ Persepsi kualitas barang dagangan, $Y_2 =$ *Store Image*. Validitas data diukur dengan *construct validity* dengan teknik korelasi Pearson *product-Moment*. Reliabilitas data diukur menggunakan teknik Cronbach's alpha.

Hasil penelitian ini adalah persamaan regresi linier bertahap :

$$Y_1 = 0,491 + 0,394 X_1 + 0,320 X_2 + 0,235 X_3$$

$$Y_2 = 1,642 + 0,616 Y_1$$

Hasil uji hipotesis melalui uji F, yaitu $F_{hitung} (155,064) > F_{tabel}$ menolak H_0 dan menerima H_a . Variabel persepsi pelanggan pada *Store environment* (faktor ambient, faktor desain, faktor sosial) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas barang dagangan. Hasil uji hipotesis melalui uji t, t - hitung $X_1 (10,852) > t_{tabel} (1,9721)$, $X_2 (7,375) > t_{tabel} (1,9721)$ dan $X_3 (7,170) > t_{tabel} (1,9721)$, maka dapat diputuskan untuk menolak H_0 dan menerima H_a . Dengan kata lain, variabel *store environment* secara parsial maupun bersama-sama berpengaruh pada persepsi kualitas barang dagangan dan *store image* SOGO Department Store di Plaza Tunjungan Surabaya.

