

RINGKASAN

Perdagangan eceran atau sekarang kerap disebut perdagangan ritel, bahkan disingkat menjadi bisnis ritel, adalah kegiatan usaha menjual barang atau jasa kepada perorangan untuk keperluan diri sendiri, keluarga, atau rumah tangga. Tidak dapat dibantah, manusia memang makhluk yang tidak mengenal kepuasan. Inilah yang dimanfaatkan oleh para pelaku ritel untuk memutar modal dan meraih keuntungan. Segala taktik dan strategi disusun untuk memanfaatkan sifat dasar manusia yang selalu menginginkan sesuatu yang lebih. Di dalam lingkungan persaingan yang terus meningkat, perusahaan harus berorientasi kepada pelanggan. Bagaimanapun, alat pendukung dari konsep pemasaran adalah identifikasi dan kepuasan dari kebutuhan pelanggan untuk meningkatkan *retention* pelanggan (Day, 1994). Penelitian ini dikhususkan pada gerai berorientasi barang-barang umum yang bersifat *specialty store* yaitu produk elektronik di Hartono Elektronik Surabaya. Hartono Elektronik Surabaya merupakan salah satu bentuk ritel yang bersifat *specialty store*, dari sekian banyak ritel yang bergerak dalam penjualan produk elektronik.

Tujuan dari penelitian ini adalah : 1) mengetahui pengaruh *perceived quality* terhadap kepuasan pelanggan; 2) mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan; 3) mengetahui pengaruh citra ritel terhadap kepuasan pelanggan; 4) mengetahui pengaruh kejelasan informasi terhadap kepuasan pelanggan; 5) mengetahui pengaruh *merchandise* terhadap kepuasan pelanggan; 6) mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat membeli ulang pelanggan; dan 7) mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat merekomendasi.

Penelitian ini menggunakan metode "*cross sectional*" dimana dilaksanakan satu kali dan mencerminkan "potret" dari suatu keadaan pada satu saat tertentu. Variabel eksogen dalam penelitian ini terdiri dari: *perceived quality*, harga, citra ritel, kejelasan informasi dan *merchandise*, sedangkan variabel endogennya adalah: kepuasan, niat membeli ulang dan rekomendasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan individu yang sedang berbelanja di Hartono Elektronik Surabaya. Sampel penelitian adalah

pelanggan ritel Hartono Elektronik di Surabaya yang sedang berbelanja. Sedangkan teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara *accidental sampling* dan didapatkan sampel sebanyak 200 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah *path analysis* dengan menggunakan program *Software AMOS 4.01*.

Hasil penelitian membuktikan bahwa: 1) *perceived quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan; 2) harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan; 3) citra ritel berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan; 4) kejelasan informasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan; 5) *merchandise* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan; 6) kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap niat membeli ulang pelanggan; dan 7) kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap rekomendasi kepada orang lain.

