

ABSTRAKSI

Semakin banyak perusahaan retail yang bermunculan dengan membawa karakter masing-masing yang memberikan kesan tersendiri bagi konsumennya. Berdasarkan karakter yang dimiliki tersebut konsumen akan mengevaluasinya, sehingga akan membentuk image toko yang dapat mengiring para konsumen untuk memilih toko tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi berdasarkan perbedaan jenis kelamin dan tingkat pendidikan keenam dimensi *store image* yang terdiri dari harga, staf, kualitas, tata letak, seleksi dan reputasi pada pemilihan Toko Buku Gramedia di Surabaya. Seratus responden Toko Buku Gramedia di Surabaya dipilih dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Untuk analisa data digunakan analisa Chi-Square. Dengan menggunakan program SPSS for Windows version 11,0. Dari hasil analisa yang dilakukan diperoleh nilai probabilitas yaitu antara lain; Harga berdasarkan jenis kelamin (Harga rata-rata mahal = 0,249 , Harga buku berbanding = 0,941 , Harga barang berubah-ubah = 0,845) dan berdasarkan tingkat pendidikan (Harga rata-rata mahal = 0,881 , Harga buku berbanding = 0,562 , Harga barang berubah-ubah = 0,223), Staf berdasarkan perbedaan jenis kelamin = 0,644 dan berdasarkan tingkat pendidikan = 0,647 , Kualitas berdasarkan perbedaan jenis kelamin = 0,547 dan tingkat pendidikan = 0,638 , Tata letak berdasarkan perbedaan jenis kelamin = 0,799 dan tingkat pendidikan = 0,212 , Seleksi berdasarkan perbedaan jenis kelamin = 0,345 dan tingkat pendidikan = 0,233 , yang terakhir reputasi berdasarkan perbedaan jenis kelamin = 0,264 dan tingkat pendidikan = 0,588. Dengan menggunakan tingkat signifikansi kurang dari 5%

Kesimpulan yang dapat diambil adalah tidak adanya perbedaan persepsi konsumen berdasarkan perbedaan jenis kelamin dan tingkat pendidikan yang berbeda . Oleh karena itu, Toko Buku Gramedia di Surabaya diharapkan dapat memperhatikan keenam variabel tersebut sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan pelayanan bagi para konsumen.