

**PENGARUH PERSEPSI AKAN CITRA TOKO TERHADAP
PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH TOKO RITEL
SKRIPSI
DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
DEPARTEMEN MANAJEMEN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH
EFAN RAKHMADIAN**

NIM : 040831044

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2011**

ABSTRAK

Citra toko merupakan gambaran jiwa, atau kepribadian toko yang oleh pemiliknya berusaha disampaikan kepada pelanggan. Sementara bagi pelanggan, citra toko merupakan sikap individu dari toko tersebut. Citra atau *image* toko dipengaruhi oleh periklanan yang dilakukan, pelayanan, kesenangan, layout toko, dan personil toko, sebagaimana halnya dengan kualitas, harga, keragaman, dan kedalaman barang dagangan. Konsumen cenderung berbelanja di toko-toko yang sesuai dengan *image* yang dibangunnya, dan citra toko tersebut akan mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih toko ritel. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen akan citra toko yang terdiri dari barang dagangan, atmosfir toko, layanan di dalam toko, aksesibilitas, reputasi, promosi, fasilitas dan layanan pasca pembelian pada Alfamart, Indomaret dan Asri Jaya Pondok Candra. Populasi dalam penelitian ini adalah warga perumahan Pondok Chandra yang pernah berkunjung ke Alfamart, Indomaret dan Asri Jaya Pondok Candra. Jumlah sampel minimal dalam penelitian ini sebesar 90 responden. Jumlah sampel diambil berdasarkan usulan Roscoe dalam Sekaran (2006:160) yang mengusulkan bahwa, dalam penelitian Multivariat (termasuk analisa regresi berganda) ukuran sampel sebaiknya beberapa kali (lebih disukai 10 kali atau lebih) lebih besar dari jumlah variabel dalam studi. Sedangkan untuk mengantisipasi data yang rusak maka dalam penelitian ini digunakan sampel sebanyak 100. Dari penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa besarnya kontribusi pengaruh variabel barang dagangan (X_1), atmosfir toko (X_2), layanan di dalam toko (X_3), aksesibilitas (X_4), reputasi (X_5), promosi (X_6), fasilitas (X_7) dan layanan pasca pembelian (X_8) secara bersama-sama terhadap variabel terikat citra toko pada RINIMART Surabaya adalah sebesar 0,663 atau 66,3%. Sedangkan sisanya sebesar 34,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian. Melalui uji hipotesis dengan menggunakan uji F dan uji t dapat diketahui bahwa barang dagangan (X_1), atmosfir toko (X_2), layanan di dalam toko (X_3), aksesibilitas (X_4), reputasi (X_5), promosi (X_6), fasilitas (X_7) dan layanan pasca pembelian (X_8) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) maupun secara parsial terhadap variabel terikat yaitu preferensi dan variabel layanan di dalam toko merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap preferensi konsumen dalam memilih toko ritel.

Kata Kunci : Preferensi, barang dagangan, atmosfir toko, layanan di dalam toko, aksesibilitas, reputasi, promosi, fasilitas dan layanan pasca pembelian