

ABSTRAK

Nizar Ali Pahlawan (1168020200) : “Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Yomart Cipadung (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Mahasiswa Universal Kota Bandung)”.

Masalah yang melatar belakangi penelitian ini adalah terdapat pada loyalitas konsumen yang sering berkunjung pada Yomart Cipadung. Hal ini dilihat dari tingkat beli konsumen yang meningkat setiap tahunnya. Hal ini di dasarkan pada survey awal pada Santri pondok Pesantren Mahasiswa Universal yang menyatakan bahwa store atmosphere yang belum sesuai dengan standar dan lokasi yang setratgis namun kurang luas.

Store Atmosphere adalah adalah suatu tujuan dari sebuah perusahaan yang dilakukan melalui serangkaian aktivitas yang dikelompokkan ke dalam fungsi-fungsi manajemen. Lokasi adalah area yang mencakup kegiatan perusahaan untuk menyediakan produk kepada pelanggan sasaran dan area strategis untuk memaksimalkan keuntungan.. Selain store atmosphere dan lokasi juga dapat mempengaruhi loyalitas konsumen pada suatu ritel atau perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas konsumen, (2) pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen, (3) pengaruh store atmosphere dan lokasi secara simultan terhadap loyalitas konsumen.

Metode yang digunakan yaitu dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini yaitu Santri Pondok Pesantren Mahasiswa Universal Cipadung Kota Bandung. Teknik yang digunakan yaitu Nonprobability Sampling dengan 60 responden. Jenis data yang digunakan yaitu survei awal, observasi, dokumentasi, dan kuesioner. Metode pengolahan data menggunakan analisis deskriptif, uji validitas, analisis, regresi linear berganda, reabilitas, uji parsial, uji simultan, dan uji koefisien determinasi.

Hasil analisis data dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa variable store atmosphere (X1) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y) dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,113 > 2,00247$). Variabel lokasi (X2) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y) dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,731 > 2,00247$). Variabel store atmosphere (X1), dan lokasi (X2), secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y) dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($22,948 > 3,16$). Dan hasil output koefisien determinasi adalah sebesar 54,6% sedangkan sisanya 45,4% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti

Kata Kunci : Store Atmosphere, Lokasi, dan Loyalitas Konsumen.

