

ABSTRAK

Wahid, Abdul.2012 SKRIPSI. Judul: Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen pada Depot Java Dancer Coffee Malang.

Pembimbing : Dr. Ir. H Masyhuri, M..., MP

Kata Kunci : Citra toko, Kepuasan Konsumen

Citra toko merupakan salah satu bagian perusahaan yang sangat penting dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen, salah satunya adalah memberikan *image* positif perusahaan kepada konsumen sehingga konsumen tertarik untuk melakukan transaksi pembelian pada perusahaan tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji pengaruh citra toko secara simultan dan parsial yang terdiri dari *product*, *pricing*, *atmosphere*, *personel*, dan *merchandising* terhadap kepuasan konsumen Depot Java Dancer Coffee di Malang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif (*descriptive research*) yaitu menggambarkan peristiwa secara detail. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil dari pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan teknik *Acidental Sampling* (berdasarkan kebetulan).Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 74 responden yang diteliti. Data yang dikumpulkan merupakan data primer dan sekunder dengan teknik observasi, wawancara, dan angket.Metode analisis yang digunakan adalah Regresi Berganda dengan tingkat signifikansi 5%.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan tingkat signifikansi 5% secara simultan variabel citra toko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai Fhitung sebesar 30,626. Sedangkan secara parsial indikator *product* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil signifikansi 0,036 dan nilai thitung 2,135. Indikator *pricing* berpengaruh signifikan dengan hasil signifikansi 0,010 dan nilai thitung 2,657. Indikator *atmosphere* berpengaruh signifikan dengan hasil signifikansi 0,010 dan nilai thitung 2,660. Indikator *personel* berpengaruh signifikan dengan hasil signifikansi 0,005 dan nilai thitung 2,908. Indikator *merchandising* berpengaruh signifikan dengan hasil signifikansi 0,029 dan nilai thitung 2,225. Adapun hasil indikator yang paling dominan adalah pada indikator *personel* dengan hasil signifikansi 0,005 dan nilai thitung 2,908.