

ABSTRACT

The purpose of this fieldwork is to test empirically from several variables that affect customer loyalty. There are two variables that factor into the Image Store independence and consumer satisfaction. Data were collected through the distribution of questionnaires to 100 respondents who had visited the Consumer or 7 Eleven located at Taman Palem Cengkareng, West Jakarta. The sampling technique used was simple random sampling, while the tool using multiple linear regression analysis.

This hypothesis testing result shows together, all the variables that store image and customer satisfaction affect consumer loyalty. However, in a partial test, only Consumer Satisfaction consumer loyalty are significantly affected, while the store image factors, but not significant positive effect on customer loyalty.

Keywords: Image Shop, Customer Satisfaction, Customer Loyalty



ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris dari beberapa variabel yang mempengaruhi Loyalitas konsumen. Ada dua variabel yang menjadi faktor independennya yaitu Citra Toko dan Kepuasan konsumen. Data dikumpulkan melalui sebaran kuesioner kepada 100 responden Konsumen atau yang pernah mengunjungi 7 Eleven yang berada di Taman Palem Cengkareng, Jakarta Barat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Simple Random Sampling*, sedangkan alat analisisnya menggunakan regresi linear berganda.

Hasil pengujian hipotesis ini menunjukkan secara bersama-sama, semua variabel yaitu Citra Toko dan Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen. Namun, dalam uji secara parsial, hanya Kepuasan Konsumen saja yang mempengaruhi Loyalitas konsumen secara signifikan, sedangkan faktor Citra Toko berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas konsumen.

Kata Kunci: *Citra Toko, Kepuasan konsumen, Loyalitas Konsumen*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA