

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana unsur citra supermarket berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dalam mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli ulang dan merekomendasikannya kepada orang lain, serta mencari dimensi yang paling signifikan yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

Penelitian ini menggunakan dua macam pengujian yaitu uji T dan uji F. Uji T digunakan untuk menganalisis pengaruh dimensi citra supermarket yang terdiri dari dimensi harga, dimensi pelayanan, dimensi kualitas produk dan dimensi lingkungan fisik terhadap loyalitas konsumen secara parsial. Sedangkan uji F digunakan untuk menganalisis pengaruh keempat dimensi citra supermarket tersebut terhadap loyalitas konsumen secara serentak.

Melalui metode purposive sampling dan convenience sampling, 150 sampel diambil dari pengunjung Menara swalayan Bantul Yogyakarta. Hipotesis diuji dengan menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa dimensi lingkungan fisik dan dimensi pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan dimensi harga dan dimensi kualitas produk tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: Loyalitas konsumen, analisis faktor, citra supermarket