

Ada dua kelompok pedagang eceran yaitu pedagang eceran berskala kecil dan pedagang berskala besar. Di kota Yogyakarta banyak sekali dijumpai pedagang eceran terutama yang berskala kecil seperti toko swalayan atau supermarket.

Toko swalayan atau supermarket yaitu toko yang menjual produk dengan cara konsumen mengambil sendiri barang yang dibutuhkan. Yang menarik dari sekian banyak toko pengecer yang terdapat di kota Yogyakarta ada sebuah toko swalayan yang mempunyai lebih dari beberapa cabang. Toko swalayan itu bernama "Pamella Swalayan", yang terletak di Jln. Kusumanegara dengan nomor 141. Dengan lebih dari beberapa cabang yang menyebar dan khususnya di kota Yogyakarta tentu bukan hal yang mudah untuk tetap mempertahankan konsumennya. Karena bagaimanapun juga toko swalayan ini harus bersaing dengan toko-toko swalayan yang lainnya. Sesuatu hal yang paling ditakuti oleh pemilik sebuah toko swalayan apabila harus berhadapan dengan kenyataan bahwa pesaingnya bisa merebut perhatian pembelinya dan kemudian beralih ke pesaingnya.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas ada sebuah strategi agar suatu organisasi atau perusahaan ritel dapat bersaing dengan organisasi atau perusahaan ritel yang lain. Strategi tersebut adalah dengan membangun citra yang baik dimata konsumen maupun publik karena keberadaan organisasi atau perusahaan dan produknya. Karena bentuk sebuah citra sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu organisasi atau perusahaan ritel. Hal ini terjadi

karena konsumen atau pelanggan dalam berbelanja juga akan memperhitungkan keberadaan citra suatu organisasi atau pun perusahaan ritel.

Di mata konsumen citra suatu organisasi atau perusahaan ritel mempunyai pengaruh besar terhadap niat perilaku konsumennya. Jika citra suatu organisasi atau perusahaan ritel itu baik maka konsumen akan cenderung untuk membeli kembali produk yang ditawarkan oleh organisasi atau perusahaan ritel. Bahkan ada sebuah sikap konsumen jika konsumen bertemu dengan konsumen yang lain maka kemudian merekomendasikan kepadanya sebuah organisasi atau perusahaan ritel. Maka hal ini akan sangat menguntungkan bagi pihak organisasi atau pun perusahaan ritel. Tetapi jika yang terjadi justru sebaliknya maka suatu organisasi atau perusahaan ritel akan mengalami kerugian dalam kehilangan konsumen ataupun pelanggan. Jika ini terus berkelanjutan maka organisasi atau perusahaan ritel akan mengalami kerugian profitabilitasnya.

Dari uraian diatas membuktikan bahwa citra suatu organisasi atau pun perusahaan ritel yang baik merupakan suatu keuntungan apabila dapat di miliki dan di pertahankan oleh suatu organisasi ataupun perusahaan ritel. Tetapi jika yang terjadi sebaliknya maka dapat membuat suatu organisasi atau pun perusahaan ritel mengalami kerugian.

Atas dasar latar belakang penelitian tersebut maka peneliti mengambil judul : **"PENGARUH CITRA PAMELA SWALAYAN I TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DI YOGYAKARTA"**

B. BATASAN MASALAH PENELITIAN

Untuk membatasi penelitian ini agar tidak melebar dari yang seharusnya maka penelitian ini terbatas pada :

1. Mengingat jenis bisnis ritel yang ada yang sangat beragam yaitu antara lain hipermarket, supermarket, minimarket maka jenis penelitian dari bisnis ritel yang akan diteliti oleh peneliti adalah supermarket.
2. Dan untuk dimensi citra yang digunakan adalah kualitas barang, lokasi yang strategis, pengetahuan karyawan, dan pelayanan dari karyawan.

C. PERUMUSAN MASALAH PENELITIAN

Dari batasan masalah yang telah disebutkan diatas maka peneliti merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah dimensi citra supermarket yang terdiri dari kualitas barang, lokasi yang strategis, pengetahuan karyawan, pelayanan dari karyawannya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku konsumen untuk membeli ulang ?
2. Apakah dimensi citra supermarket yang terdiri dari kualitas barang, lokasi yang strategis, pengetahuan karyawan, pelayanan dari karyawannya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku konsumen

... dan apakah dimensi citra supermarket lain ?

D. TUJUAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini ada 2 tujuan yang akan dicapai:

1. Untuk menganalisis apakah dimensi citra supermarket yang terdiri dari kualitas barang, lokasi yang strategis, pengetahuan karyawan dan pelayanan dari karyawan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku konsumen untuk membeli ulang.
2. Untuk menganalisis apakah dimensi citra supermarket yang terdiri dari kualitas barang, lokasi yang strategis, pengetahuan karyawan dan pelayanan dari karyawan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku konsumen untuk merekomendasi ke konsumen lain.

E. MANFAAT PENELITIAN

Di dalam melakukan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik bagi pengembangan ilmu maupun praktik.

1. Bagi pengembangan ilmu adalah untuk menambah wawasan sekaligus memperluas cakrawala pengetahuan bagi peneliti khususnya dan masyarakat ataupun pihak-pihak yang berkepentingan pada umumnya.
2. Sebagai bahan masukan bagi perusahaan di dalam merencanakan strategi untuk mengembangkan perusahaannya untuk kemajuan dimasa yang