

ABSTRAK

Judul : Pengaruh *Retail Mix* Terhadap *Customer Loyalty* Pada Matahari *Department Store* Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel *Intervening*.
Nama : Yasmin Faradilla
Program Studi : Manajemen
Pembimbing : R.A Nurlinda

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Retail Mix* terhadap *Customer Loyalty* Pada Matahari *Department Store* Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel *Intervening*. Variabel Independent terdiri atas *Store Atmosphere*, *Merchandise*, *Customer Service*, variabel Dependen adalah *Customer Loyalty*, dan variabel *Intervening* adalah *Customer Satisfaction*. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan yang melakukan transaksi pembelian 2-3 kali dalam 2 bulan terakhir. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 160 responden dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Jalur (*Path Analysis*).

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* dan *Customer Service* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Sedangkan untuk *Merchandise* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. *Store Atmosphere*, *Merchandise*, *Customer Service*, dan *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*. *Customer Satisfaction* tidak berhasil menjadi variabel *Intervening* bagi *Store Atmosphere*, *Merchandise* dan *Customer Service* karena memiliki pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh langsungnya.

Kata Kunci : *Retail Mix*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*.

ABSTRACT

Title : *Effect of Retail Mix on Customer Loyalty at Matahari Department Store With Customer Satisfaction As an Intervening Variable.*
Name : *Yasmin Faradilla*
Study Program : *Management*
Mentor : *R.A Nurlinda*

This study aims to determine the effect of Retail Mix on Customer Loyalty at Matahari Department Stores with Customer Satisfaction as Intervening Variables. The Independent variable consists of Store Atmosphere, Merchandise, Customer Service, the Dependent variable is Customer Loyalty, and the Intervening variable is Customer Satisfaction. This research was conducted on customers who make shopping transactions 2-3 times in the last 2 months. The sample used was 160 respondents with a sampling technique that is purposive sampling. This type of research is qualitative and the method used in this study is Path Analysis.

The results of this study indicate that Store Atmosphere and Customer Service have a positive and significant effect on Customer Satisfaction. While for Merchandise does not have a positive and significant effect on Customer Satisfaction. Store Atmosphere, Merchandise, Customer Service, and Customer Satisfaction have a positive and significant effect on Customer Loyalty. Customer Satisfaction does not succeed in becoming an Intervening variable for Store Atmosphere, Merchandise and Customer Service because it has an indirect effect smaller than its direct effect.

Keywords : Retail Mix, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.