

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra toko terhadap loyalitas dengan mediasi kepuasan, kepercayaan dan komitmen pembeli pada toko bahan kue di Yogyakarta. Desain pengambilan sampel penelitian menggunakan cara *convenience sampling*. Pengumpulan data responden melalui kuesioner yang disebar dan diisi oleh pembeli toko bahan kue di Yogyakarta, dengan jumlah responden sebanyak 166 orang. Data yang diperoleh telah melalui uji validitas, reliabilitas dan uji kelayakan model menggunakan program AMOS.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh langsung citra toko terhadap loyalitas. Sementara, pengaruh tidak langsungnya harus dimediasi oleh variabel kepuasan atau kepercayaan melalui komitmen. Untuk sampai pada komitmen, citra toko harus dimediasi oleh kepuasan dan atau kepercayaan. Karena kepuasan dan komitmen memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas pembeli. Sementara, kepercayaan tidak menghasilkan nilai yang signifikan dalam mempengaruhi loyalitas pembeli secara langsung dan harus dimediasi oleh komitmen sebelum sampai pada loyalitas.

Kata kunci : Citra toko, loyalitas, kepuasan, kepercayaan, komitmen.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of store image on loyalty by mediating the satisfaction, trust and commitment of buyers at cake ingredients stores in Yogyakarta. The design of the research sample uses the convenience sampling method. Data collection of respondents through a questionnaire distributed and filled by buyers of cake ingredients stores in Yogyakarta, with the number of respondents as many as 166 people. The data obtained has been tested for validity, reliability and service models using the AMOS program.

The results showed that there was a direct influence of store image on loyalty. Meanwhile, the indirect influence must be mediated by a variable of satisfaction or trust through commitment. To arrive at the commitment, store image must be mediated by satisfaction and/or trust. Because satisfaction and commitment have a direct influence on buyer loyalty. Meanwhile, trust does not produce significant value in influencing buyer loyalty directly and must be mediated by commitment before reaching loyalty.

Keywords: *Store image, loyalty, satisfaction, trust, commitment.*