

## ABSTRAK

Penciptaan *store atmosphere* (suasana toko) merupakan salah satu usaha yang dapat dilakukan retailer untuk menciptakan suatu kepuasan di benak konsumen dan diharapkan konsumen akan setia untuk memilih tokonya sebagai tempat untuk berbelanja. Dewasa ini banyaknya ritel-ritel asing dan lokal yang menjual pakaian menyebabkan persaingan di bidang tersebut semakin ketat. Agar dapat bertahan, maka para retailer dituntut untuk mengembangkan usaha pemasaran yang inovatif, salah satunya adalah dengan cara penciptaan suasana toko (*store atmosphere*). Berdasarkan pemikiran di atas, penulis mencoba melakukan penelitian pada toko Bn'C Premier Plaza, yang hasilnya dituangkan dalam skripsi dengan judul "Pengaruh Store Atmosphere terhadap Loyalitas Berbelanja Konsumen pada Toko BN'C Premier Plaza Bandung".

Dalam penulisan skripsi ini, ruang lingkup penelitian meliputi penataan *store atmosphere* yang dilakukan oleh toko Bn'C Premier Plaza. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan *store atmosphere* serta untuk mengetahui besarnya pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas berbelanja konsumen Bn'C Premier Plaza Bandung. Metode penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah metode penelitian survey, sedangkan jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah deskriptif. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel x (*store atmosphere*) dan variabel y (loyalitas berbelanja konsumen). Variabel x dibagi menjadi empat sub variabel yaitu *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display*. Untuk mengetahui kesetaraan pengaruh antara variabel x yaitu *store atmosphere* dan variabel y, yaitu loyalitas berbelanja konsumen, dapat diketahui dengan menggunakan rumus koefisien korelasi rank sperman, selanjutnya untuk menguji apakah variabel x (*store atmosphere*) serta sub variabel x (*exterior*, *general interior*, *store layout*, *interior display*) suatu toko berpengaruh terhadap variabel y (loyalitas berbelanja konsumen), dapat dilakukan dengan pengujian hipotesis, dan terakhir untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel x yaitu *store atmosphere* suatu toko terhadap variabel y yaitu loyalitas berbelanja konsumen, maka dapat dipakai analisis koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, penulis melihat bahwa penataan *store atmosphere* (*exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display*) yang dilakukan toko tersebut adalah baik yaitu sebesar 3,81 untuk *exterior*, 3,46 untuk *general interior*, 3,47 untuk *store layout* dan 3,6 untuk *interior display*.

Hasil Pengujian hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang berarti antara *store atmosphere* (*exterior*, *general interior*, *store layout*, *interior display*) terhadap loyalitas berbelanja konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tersebut, penulis menyimpulkan bahwa penciptaan suasana toko (*store atmosphere*) yang terdiri dari empat sub variabel yaitu (*exterior*, *general interior*, *store layout*, *interior display*) berpengaruh terhadap loyalitas berbelanja konsumen sebesar 23,91% sedangkan sisanya sebesar 76,09% dipengaruhi faktor lain.