

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan adanya pengaruh langsung *store image* terhadap *store loyalty* dan pengaruh tidak langsung *store image* terhadap *store loyalty* dengan *intervening store satisfaction* pada Ranch Market di Galaxy Mall, Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Penelitian ini menggunakan sampel dengan karakteristik bertempat tinggal di Surabaya, pendidikan terakhir minimal SMA, berbelanja di Ranch Market Galaxy Mall minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari jawaban kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden. Dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana analisis koefisien determinasi, dan uji t dengan menggunakan *SPSS 18 for windows*.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh langsung antara *store image* terhadap *store loyalty* dan pengaruh tidak langsung antara *store image* terhadap *store loyalty* dengan *intervening store satisfaction*. Dalam penelitian ini juga dibuktikan pengaruh langsung dan tidak langsung tersebut adalah signifikan.

Kata kunci: *store image, store satisfaction, store loyalty*

## ABSTRACT

*This study aims to know and prove the direct influence of store image on store loyalty and indirect influence store image on store loyalty with store satisfaction as intervening variable in Ranch Market Galaxy Mall, Surabaya.*

*This study uses a quantitative approach to the type of causal research. This study uses a sample with characteristics based in Surabaya with minimal education past high school, shopped at Ranch Market at least two times in the last three months. Data used in this study is the primary data obtained from responses to 100 questionnaires distributed respondent. In this study using simple linear regression analysis, coefficient of determination analysis, and t test. with SPSS 18 for windows.*

*The result of this study indicate a direct influence of store image on store loyalty and indirect infulence of store image on store loyalty with store satisfaction as intervening variable. In this study are also prove that the direct and indirect effects are significant.*

*Keywords: store image, store satisfaction, store loyalty*

