

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi pelanggan terhadap *store image* yang dimiliki Toko Sungai Baru Tarakan di Tarakan. Dalam penelitian ini, *store image* dapat didefinisikan sebagai persepsi konsumen terhadap Toko Sungai Baru Tarakan.

Metode pengolahan data yang digunakan pada penelitian ini adalah rata-rata, standar deviasi, dan tabulasi silang. Pada penelitian ini menggunakan IBM SPSS 21. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *descriptive research*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 130 orang. Adapun lima dimensi utama yang membentuk *store image*, yaitu *interior*, *merchandise*, *excellence customer services*, *price range*, dan *brand name*, untuk memperoleh data mengenai dimensi-dimensi *store image* Toko Sungai Baru Tarakan berdasarkan persepsi pelanggan, maka pertanyaan disusun dalam bentuk skala numerik (*numeric scale*) yaitu skala pengukuran yang meminta responden untuk memberikan penilaian terhadap sejumlah pertanyaan yang diukur dalam skala 1 sampai 7.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *store image* pada Toko Sungai Baru Tarakan dipersepsikan baik oleh pelanggan, baik berdasarkan demografi responden.

Kata Kunci: *Store Image, Excellence Customer Services, Brand Name*