

Yuyun Karti Munindar (2006). **"Analisis Faktor Loyalitas (*Repeat Purchase*) Konsumen Pasar Tradisional"**. Skripsi Sarjana Strata-1. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Surabaya.

ABSTRAK

Semakin banyaknya hipermarket dan supermarket yang berdiri saat ini, ternyata tidak membuat pasar tradisional ditinggalkan konsumennya. Hal ini terbukti masih banyak konsumen yang tetap setia untuk berbelanja di pasar tradisional. Loyalitas konsumen merupakan salah satu hal yang penting dalam jasa layanan pasar tradisional. Oleh sebab itu penelitian ini bertujuan ingin mengetahui faktor-faktor loyalitas konsumen berbelanja di pasar tradisional.

Metode penelitian ini menggunakan *multimethods* dengan fase kualitatif dan fase kuantitatif. Data kualitatif diperoleh dengan melakukan interview pada 3 informan penelitian dan data kuantitatif dengan menyebarkan angket yang direduksi dengan menggunakan analisis faktor. Sampel yang digunakan untuk penelitian ini sebanyak 182 responden.

Berdasarkan hasil analisis faktor terdapat 7 faktor yang mempengaruhi loyalitas, terdiri dari: faktor citra terpercaya, faktor kepuasan ketersediaan, faktor promosi, faktor lokasi, faktor pengalaman, faktor transaksi pembelian, faktor harga dan etnis. Faktor promosi merupakan faktor pendorong yang paling dominan di antara faktor yang lain dengan nilai F sebesar 87,380, nilai p sebesar 0.000 dan *adjusted R square* sebesar 0.323 atau 32.3%. Artinya faktor promosi mempunyai sumbangan efektif yang paling tinggi di antara faktor lainnya.

Saran yang disampaikan dalam penelitian ini adalah untuk pihak terkait (PD Pasar Surya dan pedagang pasar tradisional) bisa menjadikan hasil penelitian ini, yaitu 7 faktor diatas sebagai salah satu masukan yang nantinya dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pasar tradisional. Sehingga membuat pasar tradisional ramai dikunjungi pembeli dan pembeli juga betah jika berbelanja di pasar tradisional. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan lebih memperdalam lagi penelitian dengan memperbaiki kelemahan-kelemahan dalam penelitian ini dan meneliti tentang loyalitas konsumen supermarket atau *hypermart*.

Kata kunci : loyalitas konsumen, pasar tradisional, analisis faktor, *repeat purchase, service*.