

Analysis Differentiation of Consumer Perceived about Retail Image Mall and Superstore (Study at Consumer of Mall Boemi Kedaton and Chandra Superstore Bandar Lampung)

Abstract

By: Damar Wicaksana

The purpose of this research was analyze the difference of consumer perceive about retail image on Mall and Superstore. And it take from influence factors of retail image such store location, price, customer service, and physical facilities. The type of this research is survey research, and the population is 100 respondents are consumer on Mall Boemi Kedaton and Chandra Superstore Bandar Lampung. Technique of this research purposive sampling with accidental sampling method and analized using independent sample t test in SPSS software. The result show that partially three variabel which store location, price and phisycal facilities have significant difference on consumer perceive about retail image on Mall Boemi Kedaton and Chandra Superstore. Meanwhile, customer service has no significant difference on retail image. Conclusion: store location, price and phisycal facilities have significant difference on consumer perceive about retail image on Mall Boemi Kedaton and Chandra Superstore.

Keywords: Retail, Image, Consumer Perceive, Influence Factors of Retail Image, Consumer Behavior, Independent Sample t Test, SPSS

**Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen tentang Citra Ritel Mall dan
Superstore (Studi pada Konsumen Mall Boemi Kedaton dan Chandra
Superstore Bandar Lampung)**

Abstrak

Oleh: Damar Wicaksana

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan persepsi konsumen tentang citra ritel pada Mall dan *Superstore*. Dalam hal ini diambil dari faktor yang mempengaruhi citra ritel diantaranya lokasi toko, harga, kualitas pelayanan karyawan dan fasilitas fisik yang terdapat di kedua ritel. Studi dilakukan pada konsumen Mall Boemi Kedaton dan Chandra *Superstore* Bandar Lampung. Metode pengambilan sampel yang digunakan didalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu dimana pengambilan elemen-elemen yang dimasukkan didalam sampel dilakukan dengan sengaja, dengan catatan bahwa sampel tersebut *representative* atau wakil populasi. Data diperoleh dengan menyebarkan kuisioner kepada 100 orang yang pernah berbelanja di Mall Boemi Kedaton dan Chandra *Superstore*. Data diolah dengan teknik analisis *Independent Sample t Test* melalui *software* SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen tentang citra ritel Mall dan *Superstore* memiliki perbedaan pada variabel lokasi toko, harga, dan fasilitas fisik. Sedangkan pada variabel kualitas pelayanan karyawan, persepsi konsumen tidak terdapat perbedaan.

Kata Kunci: Ritel, Citra, Persepsi Konsumen, Perilaku Konsumen, Faktor yang Mempengaruhi Citra Ritel, *Independent Sample t Test*, SPSS