

PENGARUH CITRA PASAR TRADISIONAL TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PASAR LEMBANG

**Disusun Oleh:
Agi Yundiawan**

**Dibawah Bimbingan:
Dr. Ir. Dani Dagustani, MM.
Efi Fitriani. S.E., M,Si**

ABSTRAK

Pasar Lembang merupakan salah satu pasar tradisional yang mempunyai banyak konsumen, walaupun banyak memiliki pelanggan, tetapi munculnya pasar-pasar swalayan di sekitar menjadi salah satu faktor berpindahannya pelanggan ketempat lain. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh citra pasar tradisional terhadap loyalitas konsumen Pasar Lembang.

Metode yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan penyebaran kuisioner sebanyak 96 responden yang ditemui disekitaran Pasar Lembang. Teknik analisa data yang digunakan adalah regresi linear sederhana dengan alat bantu *software* komputer SPSS 25.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian menyatakan bahwa citra pasar tradisional memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pasar lembang. Hal tersebut dapat dilihat dari perhitungan korelasi sebesar 0,850 artinya menunjukkan bahwa variabel independen terhadap variabel dependen mempunyai hubungan yang sangat kuat (0,80 - 1,000). Hasil perhitungan analisis regresi sederhana didapat persamaan $Y = 3,408 + 0,425X$ dan $KD=72,3\%$, membuktikan bahwa pengaruh citra pasar tradisional terhadap loyalitas konsumen sangat kuat dan 27,7% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci : Citra Pasar Tradisional,Loyalitas Konsumen

THE EFFECT OF TRADITIONAL MARKET IMAGE ON LEMBANG MARKET CONSUMER LOYALTY

Written by :
Agi Yundiawan

Under The Guidance of:
Dr. Ir. Dani Dagustani, MM.
Efi Fitriani. S.E., M,Si

ABSTRACT

Lembang Market is one of the traditional markets that has many consumers, although many have customers, but the emergence of supermarkets around is one of the factors that customers move elsewhere. The purpose of this study is to analyze the influence of traditional market images on consumer loyalty in Lembang Market.

The method used is descriptive and verification. Data collection was done through interviews and questionnaires as many as 96 respondents who were met around the Lembang Market area. The data analysis technique used is simple linear regression with SPSS 25 computer software.

Based on the results obtained in the study stating that the image of traditional markets has a positive and significant influence on the loyalty of lembang market consumers. This can be seen from the calculation of the correlation of 0.850 meaning that the independent variables on the dependent variable have a very strong relationship (0.80 - 1,000). The results of the calculation of simple regression analysis obtained the equation $Y = 3.408 + 0.425X$ and $KD = 72.3\%$, proving that the influence of traditional market images on consumer loyalty is very strong and 27.7% are influenced by other factors outside of this study.

Keywords: Traditional Market Image, Consumer Loyalty