

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul pengaruh suasana toko dan display produk terhadap kepuasan pembeli dan dampaknya pada loyalitas pembeli, bertujuan untuk mengetahui pengaruh suasana toko dan display produk terhadap kepuasan seorang pembeli dan dampaknya terhadap loyalitas seorang pembeli. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif, dengan jumlah responden 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji olah data dengan menggunakan aplikasi SPSS 15 *for windows*. Analisis data yang dilakukan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji normalitas) dengan menguji hipotesis melalui , uji analisis jalur, uji sobel. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa nilai uji validitas dinyatakan valid dilihat dari nilai koefisien (  $r$  ) antara item dengan total item mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil uji reliabilitas menyatakan semua variabel reliable karena dilihat dari nilai  $r$  *cronbach's alpha* > 0,60. Uji asumsi klasik menyatakan pada uji normalitas tidak berdistribusi normal. Uji hipotesis menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif antara suasana toko terhadap kepuasan pembeli sebesar 0,361. Terdapat pengaruh negatif antara display produk terhadap kepuasan pembeli sebesar 0,140. Terdapat pengaruh negatif antara suasana toko terhadap loyalitas pembeli sebesar 0,937. Terdapat pengaruh negatif antara display produk terhadap loyalitas pembeli sebesar 0,820. Terdapat pengaruh negatif antara kepuasan pembeli terhadap loyalitas pembeli sebesar 0,947.

**Kata kunci : Suasana Toko, Display Produk, Kepuasan Pembeli, Loyalitas Pembeli**

## **ABSTRACT**

*This study entitled the influence of shop atmosphere and product display on buyer satisfaction and its impact on buyer loyalty, this research aims to determine the effect of store atmosphere and product display on a buyer satisfaction and its impact on the loyalty of a buyer. This research is descriptive quantitative research, with the number of respondents 100 respondents. Data collection techniques using questionnaires that have been tested for data processing using the SPSS 15 for Windows application. Analysis of the data carried out is validity test, reliability test, classic assumption test (multicollinearity test, heterokedasticity test, normality test) by testing the hypothesis through, path analysis test, sobel test. The results of this study state that the validity test value is declared valid seen from the coefficient value (r) between items with total items have a significance value greater than 0.05. Reliability test results state all reliable variables because it is seen from the r cronbach's alpha value > 0.60. The classic assumption test states that the normality test is not normally distributed. The hypothesis test states that there is a negative influence between the atmosphere of the store and buyer satisfaction of 0.361. There is a negative influence between product displays on buyer satisfaction of 0.140. There is a negative influence between the store atmosphere on buyer loyalty by 0.937. There is a negative influence between product displays on buyer loyalty of 0.820. There is a negative influence between buyer satisfaction on buyer loyalty of 0.947.*

**Keywords: Store Atmosphere, Product Display, Buyer Satisfaction, Buyer Loyalty**