

ABSTRAK

Persaingan dalam bisnis eceran atau retail yang sekarang ini semakin ketat memaksa para pengusaha bisnis eceran atau retail saling bersaing untuk berusaha menarik perhatian konsumen. Pemilik bisnis retail terutama toko harus mampu mengantisipasi perubahan-perubahan yang terus menerus terjadi pada era global. Pemilik retail harus dengan cepat dan tanggap dalam beradaptasi pada perubahan tersebut. Cara mengantisipasi perubahan tersebut adalah dengan melakukan inovasi baru pada bisnis yang sedang dikelola ataupun inovasi pada bisnis baru. *SOGO Department Store* di Indonesia merupakan tempat perbelanjaan yang nyaman dan fantastis yang menawarkan berbagai macam produk lokal dan internasional. Sogo terus berupaya menghadirkan gaya hidup bergaya keluarga Indonesia agar terjangkau dan tersedia bagi semua orang.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif dengan jenis hubungan kausal yang bersifat sebab akibat. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Pengambilan data primer menggunakan *purposive sampling* dengan cara teknik angket atau kuesioner terhadap 30 responden, dalam hal ini adalah pelanggan *Sogo Department Store* Surabaya dan observasi dengan jalan mengadakan pengamatan langsung terhadap lokasi penelitian. Sedangkan data sekunder diperoleh dengan mengadakan pencatatan data yang telah tersedia di *Sogo Department Store* Surabaya. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis dapat ditarik kesimpulan antara lain: 1) Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 2.766 + 0.167X1 + 0.645X2 + 0.051X3 + 0.093X4 + 0.137X5 + 0.157X6 + 0.152X7 + e$.; 2) Besarnya pengaruh variabel independen yaitu *product, price, promotion, place, people, process, physical evidence* terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan adalah sebesar 94,1 persen; 3) Variabel *product, price, promotion, place, people, process, physical evidence* secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan *Sogo Department Store* Surabaya.; dan 4) variabel *product, price, promotion, place, people, process, physical evidence* secara parsial atau individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan *Sogo Department Store* Surabaya.

Keywords: Strategi Pemasaran, Loyalitas Pelanggan.