

Pengaruh Suasana Toko, Persepsi Nilai, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Berperilaku pada Transmart Carrefour Cempaka Putih = The Effect of Store Atmosphere, Perceived Value, and Customer Satisfaction on Behavioral Intention in Transmart Carrefour Cempaka Putih

Rany Indra Sertyani Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20507304&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh store atmosphere, perceived value dan customer satisfaction terhadap behavioral intention pada Transmart Carrefour Cempaka Putih. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 155 konsumen Transmart Carrefour Cempaka Putih melalui media sosial secara online dengan menggunakan google form. Teknik pengumpulan data non-probability sampling dengan menggunakan purposive sampling. Data yang digunakan untuk menganalisis penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Sederhana dan diolah menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa store atmosphere memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap perceived value, store atmosphere memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap customer satisfaction, store atmosphere memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap behavioral intention, perceived value memiliki pengaruh yang kuat terhadap customer satisfaction, perceived value memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap behavioral intention, dan customer satisfaction memiliki pengaruh yang kuat terhadap behavioral intention pada Transmart Carrefour Cempaka Putih.

.....

This research aims to study the effect of Store Atmosphere, Perceived Value, and Customer Satisfaction on Behavioral Intention in Transmart Carrefour Cempaka Putih. The research uses quantitative approach by conducting online research with questionnaires to 155 consumers of Transmart Cempaka Putih through social media online using the google form. The sample in this research is selected by purposive sampling. The research study uses Simple Linear Regression to analyze the data through SPSS. The results of the research shows that Store Atmosphere has a very strong effect on Perceived Value, Store Atmosphere has a very strong effect on Customer Satisfaction, Store Atmosphere has a very strong effect on Behavioral Intention, Perceived Value has a strong effect on Customer Satisfaction, Perceived Value has a very strong effect on Behavioral Intention, and Customer Satisfaction has a strong effect on Behavioral Intention in Transmart Carrefour Cempaka Putih.