

Pengaruh store image terhadap repurchase intention studi pada pembeli oli shell di shop drive Jakarta = Effect of store image on repurchase intention case study shell oil buyers in shop drive Jakarta

Syavira Ashila, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20422530&lokasi=lokal>

Abstrak

Persaingan bisnis yang semakin ketat membuat perusahaan ritel berusaha untuk mempertahankan citra toko dari masing-masing perusahaan. Salah satunya adalah perusahaan di bidangomotif dimana kendaraan menjadi salah satu sarana yang dibutuhkan oleh setiap orang dalam memenuhi kebutuhannya. Agar kendaraan tetap bisa dipakai untuk jangka panjang, pastinya memerlukan pergantian perlengkapan-perengkapan seperti oli. Karena itu, para perusahaan ritel khususnya di bidangomotif sangat peduli dengan bagaimana cara mempertahankan citra toko agar pelanggan dapat melakukan repurchase intention.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pengaruh store image dengan repurchase intention serta dimensi manakah yang paling kuat dari store image untuk mempengaruhi repurchase intention. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil contoh studi kasus salah satu ritelomotif yaitu Shop & Drive dengan produknya yaitu oli Shell dikarenakan oli Shell banyak diminati oleh konsumen di Shop & Drive. Kemudian penelitian ini melibatkan 100 responden yang sudah pernah membeli oli Shell di Shop & Drive Jakarta.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan berjenis kuantitatif eksplanatif. Pengambilan sampel menggunakan metode random sampling. Model penelitian ini diuji menggunakan SPSS 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara citra toko (store image) dengan minat membeli kembali (repurchase intention).

Business competition is getting tougher to made a retail company strives to maintain the image of the store of the respective companies. One is in the field of automotive where the vehicle into one of the means needed by everyone to meet their needs. So that the vehicle can still be used for the long term, certainly require replacement vessels such as oil. Therefore, the retail companies, especially in the automotive field are very concerned with how to maintain the image of the store so that customers can perform repurchase intention.

The aim of this study was to determine the influence of store image to repurchase intention and which is the most powerful dimensions of store image to influence the repurchase intention. In this study, researchers took a sample of case studies, namely the automotive retail Shop & Drive with a product that is because Shell oil is high demand by consumers in the Shop & Drive. Then, this study involved 100 respondents who have ever purchased a Shell oil in the Shop & Drive Jakarta.

This study used a quantitative method with an explanatory quantitative manifold. Sampling using random sampling method. The research model was tested using SPSS 22. The results of this study indicate that there is a significant and positive influence between store image with repurchase intention.