

DIMENSI-DIMENSI YANG MEMPENGARUHI PENILAIAN KONSUMEN DALAM MENILAI CITRA PASAR SWALAYAN DI GIANT HYPERMARKET DEPOK

Tri Purwanti, Rina Sugiarti, Ir, MM.,

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2009

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : penilaian konsumen

Abstraksi :

Penulisan ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap masing-masing dimensi citra Giant dan citra Giant secara keseluruhan di mata konsumen, yang berada di JL. Margonda Raya, Depok. Dengan menggunakan uji chi square dan skala likert. Data yang digunakan adalah data primer, dimana data tersebut diambil berdasarkan pengisian kuisioner langsung terhadap para konsumen. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 konsumen yang pernah berbelanja di Giant. Dimensi-dimensi yang terdiri dari dimensi pelayanan, dimensi kualitas produk, dimensi pilihan produk, dimensi suasana ritel, dimensi kenyamanan dan dimensi harga didapatkan hasil masing-masing dimensi maupun seluruh seluruh dimensi berdasarkan skala likert kebanyakan dinyatakan setuju oleh konsumen dan berdasarkan chi square mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penilaian citra Giant di mata konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai X^2 -hitung masing-masing dimensi dan keseluruhan dimensi lebih besar dari X^2 -tabel.