

**PADA KONSUMEN CIRCLE K DI YOGYAKARTA**

*Fery Kristianto*

**ABSTRAK**

Penelitian ini termasuk penelitian korelasional yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara citra toko dengan loyalitas konsumen pada konsumen circle K di Yogyakarta. Hipotesis yang diajukan adalah ada hubungan positif antara citra toko dengan loyalitas konsumen. Subyek penelitian ini adalah konsumen circle k yang berada di Yogyakarta sebanyak 100 orang yang terdiri dari 76 orang laki-laki dan 24 orang perempuan. Sampel subyek diambil dari 10 toko circle k yang berada di Yogyakarta, kemudian dari masing-masing toko diambil 10 konsumen sebagai sampel subyek penelitian. Alat pengumpulan data yang di gunakan berupa skala yang terdiri dari 25 item skala citra toko dengan reliabilitas sebesar 0,874 dan 20 item skala loyalitas konsumen dengan reliabilitas sebesar 0,939. Proses pengambilan data menggunakan model tryout terpakai karena subyek penelitian yang tak terbatas ruang gerakanya sehingga kemungkinan untuk menjadi subyek penelitian kembali sangat besar sehingga pengambilan data hanya dilakukan satu kali. Metode statistic yang digunakan untuk menganalisis data adalah Pearson Product Moment. Hasil penelitian ini adalah ada hubungan positif yang signifikan antara citra toko dengan loyalitas konsumen. Ditunjukkan dengan hasil  $r=0,515$  pada taraf signifikasi 1% ( $p<0.01$ ). artinya semakin tinggi citra toko yang dimiliki konsumen circle k maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen circle k. sebaliknya semakin rendah citra toko konsumen maka akan semakin rendah pula loyalitas mereka.

Kata kunci: citra toko, loyalitas konsumen, konsumen circle k di Yogyakarta

**CORELATION BETWEEN STORE IMAGE AND CUSTOMER  
LOYALTY IN CIRCLE K CONSUMER YOGYAKARTA**

*Fery Kristianto*

**ABSTRACT**

*This research was a correlational study which aimed to find out the relation between store image and customer loyalty in Circle K consumers Yogyakarta. The hypothesis purposed in this research was , that there is a positive relationship between store image with customer loyalty. The subjects of the research were the Circle K consumers residing in Yogyakarta. There were 100 people consisting of 76 men and 24 women. Samples of subjects were taken from 10 circle k stores located in Yogyakarta, then from each store as a sample taken 10 consumer research subjects. The instrument that has been used to measure the correlation was store image scale including 25 items with reliability 0.874 and 20 customer loyalty scale including 20 items with reliability 0.939. Data collected by using used tryout model because research subjects are not limited to the motion so it is likely to be the subject of research is very likely to occur again so that data retrieval is only done once. Statisty methods used to analyze data is the 'Pearson Product Moment'. The result of this research was there a significant positive relationship between store image and customer loyalty. Showed by result  $r = 0.515$  on signification level 1% ( $p < 0.01$ ). It was mean that the higher the consumer's store image of Circle K higher the customer loyalty too. Conversely the lower the consumer's store image of Circle K lower the customer loyalty too.*

*Keywords: store image, customer loyalty, consumer circle k in Yogyakarta*