

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* dan *Hedonic Shopping Motivation* terhadap Loyalitas Konsumen pada Ramayana Cabang Dalam Kaum Bandung. Besarnya populasi Ramayana Cabang Dalam Kaum Bandung sebanyak 6.600 orang, dari jumlah populasi yang ada maka peneliti menggunakan sampel sebanyak 100 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* adalah metode *incidental sampling*. Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Skala pengukurannya menggunakan skala *numeric*. Sedangkan untuk metode analisis menggunakan uji regresi linier berganda, uji korelasi berganda, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa variabel *store atmosphere* dan *hedonic shopping motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Ramayana Cabang Dalam Kaum Bandung. Hasil penelitian analisis koefisien determinasi (R^2) adalah terdapat pengaruh *store atmosphere* sebesar 12,17% dan *hedonic shopping motivation* sebesar 28,08% terhadap loyalitas konsumen pada Ramayana Cabang Dalam Kaum Bandung, sedangkan sisanya sebesar 58,8% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, *Hedonic Shopping Motivation* dan **Loyalitas Konsumen**

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of Store Atmosphere and Hedonic Shopping Motivation on Consumer Loyalty in Ramayana Dalam Kaum Bandung. The population of Ramayana Dalam Kaum In Bandung as many as 6600 people, the number of existing population then the researchers used a sample of 100 people. The sampling technique used is non-probability sampling is incidental sampling method. The method used by the author in this research is descriptive and verifikatif research. Measurement scale using numerical scale. While for the method of analysis using multiple linear regression test, multiple correlation test, and coefficient of determination.

The result of simultaneous research shows that variable of store atmosphere and hedonic shopping motivation have positive and significant influence to consumer loyalty in Ramayana Branch In Bandung. The result of determination coefficient analysis (R²) is the influence of store atmosphere 12.17% and hedonic shopping motivation 28,08% to consumer loyalty at Ramayana Branch In Bandung, while the rest equal to 58,8% is influence from other variable not examined .

Key Words: *Store Atmosphere, Hedonic Shopping Motivation and Costumer Loyalty*