

**ANALISIS CITRA TOKO (*STORE IMAGE*) DISTRO
SECOND COWBOY KOTA PADANG**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi DIII
Manajemen Perdagangan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Ahli Madya*



Oleh :

**LOLY SRI WAHYUDES
2018/18134049**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERDAGANGAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2021**

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

ANALISIS CITRA TOKO (STORE IMAGE) PADA DISTRO SECOND

COWBOY KOTA PADANG

Nama : Loly Sri Wahyudes

Nim/BP : 18134049/2018

Program Studi : DIII Manajemen Perdagangan

Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2021

Diketahui Oleh,

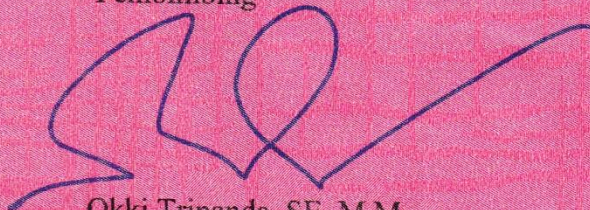
Koordinator Program Studi
DIII Manajemen Perdagangan



Dina Patrisia, SE, ME, Ph.D
NIP.197512091999032001

Disetujui Oleh,

Pembimbing



Okki Trinanda, SE, M.M
NIP.198310122015041001

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

ANALISIS CITRA TOKO (*STORE IMAGE*) DISTRO SECOND COWBOY

KOTA PADANG

Nama : Loly Sri Wahyudes
NIM/TM : 18134049/2018
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir

Program Studi (DIII) Manajemen Perdagangan

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang, Agustus 2021

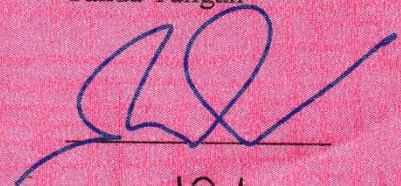
Nama

Tim penguji

Tanda Tangan

Okki Trinanda, SE, MM

Ketua



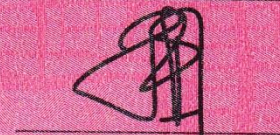
Muthia Roza Linda, SE, MM

Anggota



Rahmiati, SE, M.Sc

Anggota



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Loly Sri Wahyudes
Thn. Masuk/Nim : 2018/18134049
Tempat/Tgl. Lahir : Kambang, 05 Desember 1999
Program Studi : DIII Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Kecamatan Lengayang, Kabupaten Pesisir Selatan
Judul Tugas Akhir : Analisis Citra Toko (*Store Image*) Distro Second Cowboy Kota Padang

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, Agustus 2021
Yang menyatakan



Loly Sri Wahyudes
Nim. 18134049

ABSTRAK

Loly Sri Wahyudes (18134049), Analisis Citra Toko (*Store Image*) pada *Distro Second Cowboy Kota Padang*.

Pembimbing : Okki Trinanda, SE, M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui citra toko pada *Distro Second Cowboy Kota Padang*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan tugas akhir adalah penelitian deskriptif. Penelitian ini dilakukan di *Distro Second Cowboy Kota Padang* Jl. Profesor Doktor Hamka Padang No. 10A, Kelurahan Air Tawar Padang Kota Sumatera Barat. Teknik pengumpulan data melalui pengisian angket/kuesioner. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yaitu dengan melakukan kuesioner terstruktur. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu setiap konsumen yang mengunjungi dan berbelanja pada *Distro Second Cowboy Kota Padang*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif yaitu dengan melakukan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi berdasarkan kuesioner citra toko (*store image*) pada *Distro Second Cowboy Kota Padang*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra toko pada *Distro Second Cowboy Kota Padang* tinggi, dengan perolehan rata-rata keseluruhan 3,86 dengan TCR sebesar 77,1%. Maka diharapkan toko kedepannya dapat meningkatkan citra dan memberikan kesan yang baik toko kepada konsumen.

Kunci : Citra Toko (*Store Image*)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul **“Analisis Citra Toko Pada *Distro* Second Cowboy Kota Padang”**.

Adapun maksud penyusunan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menempuh jenjang Diploma III pada Program Studi Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, yang dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki penulis. Namun penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi semua pihak.

Terselesainya Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Dr. Idris, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

3. Ibu Dina Patrisia, SE, ME, Ph.D, selaku ketua prodi DIII Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Okki Trinanda, SE, M.M selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan arahan, bimbingan, saran serta nasehat dalam berbagai hal terutama dalam penyusunan Tugas Akhir ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
5. Ibu Muthia Roza Linda, SE, M.M selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan nasehat kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
6. Dosen tim penguji yang telah memberikan saran dan masukan untuk perbaikan demi kesempurnaan Tugas Akhir ini.
7. Seluruh staf dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
8. Seluruh staf Badan Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Sumatera Barat dan Ruang Baca Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis dalam menemukan sumber referensi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
9. Kepada owner dan karyawan pada Distro Second Cowboy Kota Padang, sehingga penyusunan Tugas Akhir ini dapat berjalan dengan lancar.
10. Teristimewah untuk kedua orang tua yang amat penulis cintai, yang selalu memberikan bimbingan, dukungan, perhatian, doa dan kasih sayang kepada penulis untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

11. Kakak-kakakku, Adri & Apri, kakak iparku Nita dan adikku Ragil yang selalu memberikan motivasi dan dukungan baik materil dan non materil kepada penulis untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
12. Seluruh keluarga besar penulis yang selama ini memberikan dukungan dan semangat demi terselesaikannya Tugas Akhir ini.
13. Penyemangatku Annisa, Artika, Rima, Kak Putri, Shinta, yang sama-sama berjuang dalam meraih gelarnya 2021, seseorang yang tidak penulis sebutkan namanya yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
14. Teman-teman Manajemen Perdagangan Universitas Negeri Padang angkatan 2018 (Nada, Nadila, Popi, Miranda, Marissa dan Lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan semuanya).

Akhir kata, semoga Allah SWT memberikan Rahmat dan Karunia serta senantiasa meridhoi dan membalas budi baik semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb

Padang, Agustus 2021

Loly Sri Wahyudes

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Pengertian Citra Toko	7
B. Faktor-Faktor yang Membangun Pencitraan Toko	9
C. Indikator Citra Toko	12
D. Penelitian Terdahulu	14
BAB III PENDEKATAN PENELITIAN	16
A. Bentuk Penelitian Tugas Akhir	16
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	16
C. Rancangan Penelitian	16
1. Jenis Penelitian	16
2. Objek Penelitian	17
3. Tahapan Penelitian	17
D. Sumber Data	19
1. Data Primer	19
E. Populasi dan Sampel	20
1. Populasi	20
2. Sampel	20
F. Instrumen Penelitian	21

G. Uji Instrumen	23
1. Uji Validitas	24
2. Uji Reliabilitas	26
H. Teknik Analisis Data	27
BAB IV PEMBAHASAN	30
A. Profil Perusahaan	30
1. Sejarah Distro	30
2. Struktur Organisasi	31
B. Karakteristik Responden	33
1. Jenis Kelamin Responden	33
2. Usia Responden	34
3. Pendidikan Responden	35
4. Pekerjaan Responden	36
5. Pengeluaran Perbulan Responden	37
C. Hasil Penelitian	38
D. Rekapitulasi Indikator Citra Toko	47
E. Pembahasan Hasil Penelitian	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
1. Kesimpulan	54
2. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi *Distro* Second Cowboy Kota Padang 33

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Survei Awal Konsumen Distro Second Cowboy	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Citra Toko (<i>Store Image</i>)	22
Tabel 3.2 Alternatif Kategori Jawaban <i>Skala Likert</i>	23
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	24
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	26
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	33
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden	34
Tabel 4.3 Karakteristik Pendidikan Responden	35
Tabel 4.4 Karakteristik Pekerjaan Responden	36
Tabel 4.5 Karakteristik Pengeluaran Perbulan Responden	37
Tabel 4.6 Hasil Deskripsi Data <i>Physical Facilities</i>	39
Tabel 4.7 Hasil Deskripsi Data <i>Merchandise</i>	40
Tabel 4.8 Hasil Deskripsi Data <i>Price</i>	42
Tabel 4.9 Hasil Deskripsi Data <i>Promotion</i>	44
Tabel 4.10 Hasil Deskripsi Data <i>Service</i>	45
Tabel 4.11 Rekapitulasi Persepsi Responden Mengenai Citra Toko	47

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Permohonan Izin Observasi
2. Surat Balasan Observasi
3. Kuesioner Penelitian
4. Tabulasi Data

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan bisnis ritel saat ini semakin ketat terlebih pada arus globalisasi sekarang. Toko ritel atau yang biasa dikenal dengan toko eceran tersebar diseluruh daerah di Indonesia dengan berbagai jenis barang yang ditawarkan kepada konsumen. Keadaan persaingan bisnis ritel saat ini memaksa usaha ritel besar maupun kecil untuk lebih peka terhadap perubahan pasar yang sangat cepat. Menurut Utami (2018) bisnis ritel adalah semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan penggunaan bisnis.

Salah satu *trend* usaha ritel yang berkembang saat ini adalah produk *fashion*. Dengan meningkatnya usaha ritel dibidang *fashion*, menyebabkan persaingan yang sangat ketat pada usaha *fashion*. Para pelaku usaha ritel berlomba-lomba membangun citra yang baik mengenai *fashion* yang ditawarkan. Citra toko (*store image*) menurut Kotler dan Keller (dalam Rista 2017) adalah, citra merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya.

Membangun citra sangat penting karena citra dapat mempengaruhi persepsi pelanggan dan publik dan dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian jika toko tersebut memiliki citra yang baik. Citra yang baik akan tercipta dengan adanya keunggulan yang unik (*unique advantage*), reputasi yang

baik, populer, dapat dipercaya (*trustworthy*), dan memberikan pelayanan terbaik (Fianto, et al. 2014).

Menurut Loudon dan Bitta (dalam Subagyo 2014), "*Store image is a complex of tangible or functional factors and intangible or psychological factors that a consumer perceives to be present in a store.*" Citra toko merupakan gabungan antar faktor fisik misalnya tata letak barang, kebersihan ruangan, dan lain-lain dengan faktor non fisik misalnya kecepatan pelayanan terhadap keluhan, keramahan karyawan, ketelitian kasir yang semua itu dapat diterima dan dirasakan akibat dan manfaatnya sebagai kesan konsumen dari suatu toko.

Kota Padang, Ibukota dari Provinsi Sumatera Barat adalah salah satu kota yang banyak sekali tersebar berbagai macam jenis usaha disana, diantaranya jenis usaha ritel pakaian second import. Pertumbuhan jenis usaha ini dapat terlihat dari perkembangan pembangunan tempat-tempat baru seperti, Cafe, Factory Outlet, Distribution Outlet, Restoran, Tempat Wisata, dan Fasilitas Publik.

Distro Second Cowboy adalah salah satu jenis usaha ritel yang ada di Kota Padang. Produk yang ditawarkan oleh toko ini memiliki nilai dan mengandung cerita. *Distro* Second Cowboy didirikan oleh Bapak Nike Wijaya. Usaha ini didirikan berdasarkan hobby yang dimilikinya yaitunya mengoleksi barang-barang yang unik. Dan untuk menarik perhatian pelanggan pemilik toko berinisiatif untuk membuat desain *distro* yang menarik dan berbeda dengan *distro* lainnya.

Usaha yang dirintisnya dari tahun 2013 tersebut menyediakan berbagai macam pilihan pakaian second hand. Produk yang dijual pada toko Second Cowboy berupa barang-barang sortiran import dari luar negeri seperti: China,

Amerika Serikat, Kanada, Belanda dan Vietnam. Jenis-jenis produk yang dijual adalah: kaos, kemeja, sweater, jaket, celana, dan aksesoris lainnya meliputi topi, sabuk, bendera, ikat pinggang, sepatu dan tas.

Kepopuleran pakaian *import* saat ini semakin laris karena dianggap sebagian orang memiliki gaya *fashion* yang bagus dan unik. Makna unik menurut pandangan pecinta pakaian yaitu, dilihat dari segi pakaian yang memiliki desain lawas maupun corak terbatas, dan mungkin tidak lagi ditemukan pada busana era modern sekarang ini. Biasanya, para pecinta pakaian bekas ini menyebutnya istilah busana *vintage*.

Vintage menurut kamus Oxford kata “*vintage*” itu dapat diartikan sebagai “*old and of very high quality*”. Bila ditarik garis pengertian secara global, *vintage* bisa dimaknai sebagai barang-barang yang diproduksi di masa lampau ataupun masa kini, tetapi dianggap memiliki model klasik dan antik dimasa sekarang. Seiring perkembangannya, pemaknaan *vintage* sendiri lebih akrab dikaitkan dengan dunia *fashion*. Oleh sebab itu, keberadaan toko baju bekas *import* menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat yang ingin memenuhi hasrat untuk berbelanja dan tampil dengan gaya yang *trend*.

Dalam upaya untuk mempengaruhi konsumen, Toko Second Cowboy meningkatkan citra tokonya (*store image*) secara menyeluruh melalui strategi-strategi yang dapat menarik konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Konuk, 2018) dalam penelitian ditemukan bahwa citra toko (*store image*) memiliki dampak positif pada mempengaruhi niat beli konsumen terhadap produk.

Dibawah ini merupakan tabel dari survey awal persepsi konsumen terhadap citra toko pada Distro Second Cowboy Kota Padang dengan menyebarkan kuesioner kepada 20 orang responden, yang terdiri indikator dari citra toko yaitu *physical facilities, merchandise, price, promotion. Service.*

Tabel 1.1 Survei awal konsumen Distro Second Cowboy

No	Indikator Pernyataan	Item Jawaban					Mean
		1	2	3	4	5	
1	Saya merasa terbantu dengan disediakan ruang fitting room pada Distro Second Cowboy Kota Padang	0	0	0	15	5	4,25
2	Distro Second Cowboy Padang menyediakan kebutuhan saya	0	0	2	16	2	4
3	Saya tertarik berbelanja pada Distro Second Cowboy Padang karna harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk	0	0	3	15	2	3,95
4	Saya merasa media promosi yang digunakan Distro Second Cowboy Padang dapat mempengaruhi saya untuk melakukan pembelian	0	2	2	11	5	3,95
5	Saya merasa jam buka yang ditetapkan pada Distro Second Cowboy sudah sangat tepat	0	1	3	12	4	3,95

Sumber: Data primer tahun 2021 (diolah)

Dari tabel 1.2 kuesioner yang disebarkan kepada 20 orang responden yang mewakili untuk diteliti, persepsi atas citra toko pada Distro Second Cowboy cukup baik dan lumayan memuaskan. Citra toko (*store image*) sangat penting untuk membangun kepercayaan sebagai konsumen sebagian besar bergantung pada pengecer ketika menemukan *private label* yang diproduksi oleh perusahaan yang tidak dikenal. Menurut Grewal et al., dalam (Konuk, 2018) juga menekankan bahwa untuk pengecer yang menciptakan citra toko (*store image*) positif dan menyediakan produk bernilai tinggi adalah elemen fundamental bagi pengecer untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Pasar ritel telah menghadapi persaingan yang ketat dan perusahaan-perusahaan berjuang untuk membedakan diri mereka di pasar. Maka, citra toko (*store image*) adalah salah satu fitur khas yang paling penting yang menyediakan keuntungan besar bagi pengecer. Citra toko (*store image*) adalah “kesan total” direpresentasikan dalam memori sebagai gestalt dari atribut yang dirasakan terkait dengan toko, yang keduanya independen dan saling bergantung dalam ingatan konsumen yang dipelajari dari paparan saat ini dan sebelumnya terhadap ransangan (Konuk, 2018).

Jika citra toko semakin meningkat dengan baik maka akan menimbulkan semakin banyaknya ketertarikan pada calon konsumen. Konsumen menuntut tempat berbelanja yang nyaman agar memberikan kesan positif terhadap suatu toko dan juga produk yang memiliki penataan dengan rapih sehingga memudahkan konsumen dalam memilih suatu produk.

Melihat sangat pentingnya dalam membangun citra toko yang baik pada benak konsumen berdasarkan data survei awal dan penelitian hasil kajian yang dilakukan oleh Konuk, (2018), maka penulis tertarik untuk membuat penelitian tentang citra toko dengan judul “**Analisis Citra Toko (*Store Image*) pada Distro Second Cowboy Kota Padang.**”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis ingin mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap Citra Toko (*Store Image*) pada *Distro Second Cowboy Kota Padang* ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, identifikasi dan rumusan masalah yang dikemukakan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap Citra Toko (*Store Image*) pada *Distro Second Cowboy* Kota Padang

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada :

1. Bagi perguruan tinggi dapat dijadikan acuan bagi penulis lainnya apabila ingin melakukan penelitian yang sejenis.
2. Bagi penulis, selain sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen Perdagangan DIII Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang juga dapat membantu penulis dalam memperdalam materi yang telah diajarkan selama masa perkuliahan, serta menerapkan teori yang ada ke dalam dunia usaha nantinya.
3. Bagi pebisnis diharapkan dapat mengetahui seberapa pentingnya Citra Toko yang harus diciptakan sehingga mendapatkan Citra baik oleh konsumen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat ditarik dua kesimpulan yaitu :

1. Indikator yang tertinggi mengenai persepsi konsumen terhadap citra toko Distro Second Cowboy adalah "*Promotion*". Pada indikator ini skor rata-rata 4,01 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) 80,1% kategori tinggi.
2. Indikator yang terendah mengenai persepsi konsumen terhadap citra toko Distro Second Cowboy adalah "*Price*". Pada indikator ini skor rata-rata 3,58 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) 71,7% kategori tinggi.

Membangun citra toko yang baik pada benak konsumen sangat penting. Jika citra toko semakin meningkat dengan lebih baik lagi, maka akan menimbulkan semakin banyaknya ketertarikan kepada calon konsumen baru dan konsumen lama juga akan semakin loyal terhadap toko. Upaya yang telah diterapkan oleh Distro Second Cowboy dalam meningkatkan citra toko berdasarkan hasil penelitian sudah baik, karena dari lima indikator nilai TCR yang diperoleh termasuk kategori tinggi. Artinya citra toko pada Distro Second Cowboy sudah baik.

B. Saran

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai citra toko pada Distro Second Cowboy Kota Padang, serta mengingat semakin ketatnya persaingan citra toko pada Distro saat ini, maka sebaiknya pihak Distro Second Cowboy benar-benar memperhatikan kekurangan toko mengenai citra toko.

1. Bagi Perusahaan

Dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti jika perusahaan ingin meningkatkan citra toko maka harus terus memperhatikan lima indikator dari citra toko, terutama pada indikator *physical facilities* yaitu pada item 6 yang menyatakan tentang penampilan karyawan, perusahaan harus lebih memperhatikannya, agar konsumen merasakan kesan yang baik sehingga meningkatkan kualitas perusahaannya. Pada indikator *price* yaitu pada item 5 yang menyatakan tentang potongan harga yang ditawarkan ke konsumen. Perusahaan harus bisa mempertimbangkan harga pada produk pada Distro Second Cowboy, agar bisa lebih dijangkau oleh konsumen. Apabila harga sangat terjangkau maka konsumen akan lebih tertarik untuk membeli dan akan semakin loyal terhadap Distro Second Cowboy.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan lebih memperluas cakupan pernyataan dan memperluas sampel yang akan ditargetkan. Karena Distro Second Cowboy menyediakan berbagai macam produk mulai dari fashion yang sering digunakan hingga aksesoris lainnya yang unik dan menarik untuk dikoleksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta:Salemba Empat
- Akdon dan Riduwan. 2013. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung:Alfabeta.
- Alif Fianto, A. Y., Hadiwidjojo, D., Aisjah, S., & Solimun, S. (2014). The Influence of Brand Image on Purchase Behaviour Through Brand Trust. *Business Management and Strategy*, 5(2), 58. <https://doi.org/10.5296/bms.v5i2.6003>
- Darmawan, K. G., Yulianthini, N. N., & Mahardikha, A. . N. Y. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 74. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26202>
- <https://padang.tribunnews.com/2019/10/28/cowboy-collection-bisnis-pakaian-second-hand-di-padang-omzet-sebulan-mencapai-rp-65-juta>. diakses tanggal 22 juni 2021.
- <https://cowboy-collection-padang.business.site/> . diakses tanggal 22 juni 2021.
- Konuk, F. A. (2018). The role of store image, perceived quality, trust and perceived value in predicting consumers' purchase intentions towards organic private label food. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43(March), 304–310. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.04.011>
- Marlina, E. (2020). PENGARUH CITRA TOKO DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP INTENSI PELANGGAN UNTUK MEMBELI KEMBALI PRODUK PADA TOKO SUBUR MAKMUR DI CIREBON. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Nugraheni, Rizqi. 2012. *Pengaruh Citra Toko Terhadap Loyalitas Konsumen pada Toko Diskon Togamas Malang*. Jurnal Cahaya Aktiva, Vol. 2 No. 2, September 2012.
- Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian. Cetakan 6*. Bogor:Ghalia Indonesia.
- Nababan, S. S. M. (2013). Pendapatan dan jumlah tanggungan pengaruhnya terhadap pola konsumsi PNS dosen dan tenaga kependidikan pada fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 2130–2141.
- Pahlevi, R. (2018). Analisis Citra Toko (Store Image) Pada TB Putra Abadi Kota Bandung. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.