

## ABSTRAK

Peluang bisnis dan usaha di tahun 2017 yang memiliki prospek cukup menjanjikan dan yang akan menjadi tren, tentunya tidak pernah terlepas dari perkembangan ekonomi sekarang ini yang sudah berjalan dan tumbuh begitu cepat dengan tingkat persaingan yang semakin tinggi. Fossil merupakan salah satu brand yang dibuat oleh perancang Amerika yaitu Tom Kasordis dan berdiri sejak tahun 1984. Beberapa produk Fossil di antaranya seperti pakaian, jam tangan, sunglasses, dan berbagai macam produk lainnya yang ditujukan untuk menambah unsur fashionable dari pemakainya. Brand Fossil juga telah banyak bekerja sama dengan brand-brand terkenal lain dalam membantu mendesain jam tangan yang modern dan inovatif.

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisa pengaruh variabel *store image*, *trust of manufacturer*, *interactional quality*, *outcome quality* terhadap *perceived value* dan *Behavioral Loyalty* dari pelanggan Fossil di Surabaya. Adapun karakteristik responden yang ditetapkan adalah pria dan wanita berumur 18-60 tahun dimana usia tersebut merupakan masa dewasa dini (Kotler dan Armstrong, 2010), tingkat pendapatan, melakukan pembelian produk Fossil sedikitnya dua kali dalam satu bulan terakhir. Menggunakan software SPSS 22.00 untuk pengolahan data.

Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa dari 9 hipotesis yang diajukan semua hipotesis tersebut diterima dimana berpengaruh positif dan signifikan.

**Kata Kunci:** *Store image*, *trust of manufacturer*, *interaction quality*, *outcome quality*, *perceived value* dan *behavioral loyalty*.

## ABSTRACT

Business and business opportunities in 2017 that have promising prospects and which will become a trend, certainly never apart from the current economic development that has been running and growing so fast with the level of increasing competition. Fossil is one brand made by American designer Tom Kasordis and established since 1984. Some Fossil products include clothing, watches, sunglasses, and various other products intended to add fashionable elements of the wearer. Brand Fossil has also worked with many other well-known brands to help design modern and innovative watches.

This research is aimed to analyze the effect of store image, trust of manufacturer, interactional quality, outcome quality toward perceived value and Behavioral Loyalty from Fossil customers in Surabaya. The characteristics of respondents are men and women aged 18-60 years old, which is the age of early adulthood (Kotler and Armstrong, 2010), income level, purchase Fossil products at least twice in the past month. Using SPSS 22.00 software for data processing.

These empirical findings indicate that of the 9 hypotheses submitted all hypotheses are accepted which have a positive and significant effect.

Keywords: Store image, trust of manufacturer, interaction quality, outcome quality, perceived value and behavioral loyalty