

ABSTRAK

Vincentius Rafael Lourens (02011190093) ANALISIS PENGARUH *PROMOTION, TANGIBLE REWARD, INTERPERSONAL COMMUNICATION, DAN PREFERENTIAL TREATMENT* TERHADAP *CUSTOMER GRATITUDE* YANG MEMBENTUK BEHAVIOURAL LOYALTY DARI PELANGGAN MINISO DI GALAXY MALL 3 SURABAYA

Asal mula bisnis retail modern di Indonesia dimulai pada tahun 1960s, Sabirna yang menjual Toserba. Di ikuti oleh retail dengan menawarkan barang yang memiliki merk seperti Matahari, SOGO, Hero, dan Ramayana. Pada awal tahun 2000 di Indonesia, konsep Supermarket seperti Giant, Lotte, dan Hokky mulai bermunculan yang menjual barang-barang kebutuhan rumah tangga. Didalam perkembangan jaman, masyarakat diharuskan dapat menggunakan teknologi. Alhasil teknologi dapat mempermudah beberapa aktivitas terkait melakukan penukaran informasi. Pertukaran informasi adalah salah satu sarana teknik marketing untuk menciptakan hubungan dengan customer.

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Customer Gratitude* terhadap Behaviour Loyalty pada pelanggan MINISO di Galaxy Mall 3, Surabaya yang ditinjau dari variabel *Promotion, Tangible Reward, Interpersonal Communication, dan Preferential Treatment*. Manfaat dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi dan pengetahuan serta dapat memperluas wawasan terutama dalam bidang ilmu manajemen mengenai pengaruh variabel-variabel dalam penelitian ini.

Penelitian ini bersifat kausal dengan menggunakan metode kuantitatif software AMOS 22.0 untuk membantu proses pengolahan data primer dari 124 pelanggan MINISO di Galaxy Mall 3, Surabaya dikumpulkan dengan teknik Snowball Sampling. Karakteristik responden adalah pria dan wanita, berdomisili di Surabaya, berusia 18-60 tahun, serta pernah melakukan pembelian dan mengunjungi di tempat minimal 2 kali dalam kurun waktu enam bulan terakhir di MINISO di Galaxy Mall 3, Surabaya.

Pada penelitian ini hasil menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalty Intention adalah *Tangible Reward, dan Interpersonal Communication, dan yang tidak berpengaruh signifikan, yaitu Promotion, dan Preferential Treatment*. Kemudian, Loyalty Intention berpengaruh signifikan terhadap Behavioural Loyalty.

Kata Kunci: Behavioural Loyalty, Loyalty Intention, *Promotion, Tangible Reward, Interpersonal Communication, dan Preferential Treatment*.