

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini semakin pesat dan sudah menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari, sehingga timbul persaingan antara distributor. Untuk menghadapi persaingan tersebut maka distributor bersaing untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat ditingkatkan melalui kualitas pelayanan dengan menggunakan model ServQual. Salah satu yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kredibilitas dari seorang komunikator. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kredibilitas *personal shopper* terhadap kepuasan konsumen EMAX Yogyakarta. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner, observasi dan studi kepustakaan. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen EMAX Yogyakarta pada bulan Juli yaitu sebesar 243, sehingga sampel pada penelitian ini adalah 80 orang. Penentuan sampel dengan teknik *incidental sampling*. Analisa data dengan korelasi Product Moment dan Regresi Linear. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori S-O-R. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan data menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif sebesar 0,728 atau 72,8%, dan pengaruh kredibilitas *pesonal shopper* terhadap kepuasan konsumen sebesar 53,1%. Ini berarti terdapat hubungan antar kredibilitas *personal shopper* terhadap kepuasan konsumen. Sehingga diperoleh kesimpulan bahwa kredibilitas *personal shopper* sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

ABSTRACT

Technological developments in the current era of globalization that rapidly increasing and has become a part of daily activity, that bring out competition between distributors. To face such competition, distributors competing to increasing their consumer satisfaction. Consumer satisfaction can be appeared by the quality of service using the SERVQUAL model. One that affects consumer satisfaction is the credibility of the communicator. This study aims to determine the effect of personal shopper credibility to consumer satisfaction on EMAX Yogyakarta. This research using quantitative methods by distributing questionnaires, observation and literature study. The population in of this study were consumers EMAX Yogyakarta in July that is equal to 243, so the sample in this study were 80 people. Determination of sample incidental sampling technique. Analyze data with Product Moment correlation and Linear regression. The theory used in this study is the theory S-O-R. Based on the result of research and discussion of the data indicates, there is q positive correlation of 0,728 or 72,8%, and the influence of credibility personal shopper to consumer satisfaction at 53,1%. So the conclusion that personal shopper credibilities very influential on consumer satisfaction.