

## ABSTRAK

Citra Swalayan merupakan sebuah usaha yang didirikan untuk memberi kemudahan dan pelayanan kepada masyarakat kota Padang dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan suatu fungsi diskriminan yang akan membedakan loyalitas konsumen Citra Swalayan berdasarkan variabel-variabel yang terkait dengan persepsi mengenai strategi pemasaran Citra Swalayan, yaitu *layout* ( $X_1$ ), kelengkapan barang ( $X_2$ ), harga ( $X_3$ ), kenyamanan belanja ( $X_4$ ), pelayanan karyawan ( $X_5$ ), pelayanan kasir ( $X_6$ ), dan *image* ( $X_7$ ). Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Citra Swalayan dengan menggunakan Penarikan Contoh Acak Sistematis. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis diskriminan. Dari hasil analisis yang dilakukan diperoleh bahwa variabel yang membedakan antar konsumen loyal dan konsumen tidak loyal terhadap Citra Swalayan adalah persepsinya terhadap harga ( $X_3$ ) dan *image* ( $X_7$ ).

**Kata Kunci :** fungsi diskriminan, loyalitas konsumen, analisis diskriminan.