

Analisis efek moderasi; involvement, switching cost, dan alternative attractiveness, dalam hubungan antara niat perpindahan oleh konsumen dan performa buruk perusahaan. Studi Kasus: Industri Salon

Prasetyo Adi Yudhistira, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=126963&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini menganalisis efek moderasi terhadap hubungan antara performa buruk sebagai direct determinant perusahaan dengan niat mengganti (switching intention) dari konsumen pada industri salon. Performa buruk dibagi menjadi: kegagalan kualitas jasa (service quality failure), harga yang tidak adil (unfair price), komitmen organisasi yang rendah terhadap pelanggan (low organization commitment to customer), dan kejadian mengecewakan (disappointment incident). Untuk efek moderasi dibagi menjadi: tingkat partisipasi konsumen dalam pemilihan (consumer involvement), tingkat biaya pergantian perusahaan (switching cost), dan tingkat menariknya perusahaan lain (alternative attractiveness). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa tanpa efek moderasi, tidak semua komponen dari performa buruk mempengaruhi niat konsumen untuk mengganti; hanya kegagalan kualitas jasa dan komitmen organisasi yang rendah terhadap pelanggan saja. Dengan efek moderasi, semua direct determinant menjadi berpengaruh. Efek moderasi juga tidak semuanya mempengaruhi direct determinant: tingkat menariknya perusahaan lain menguatkan hubungan kegagalan kualitas jasa, harga yang tidak adil, komitmen organisasi yang rendah terhadap pelanggan, terhadap niat mengganti. Efek moderasi lain; tingkat biaya pergantian perusahaan bagi konsumen juga berpengaruh terhadap direct determinant, melemahkan hubungan terhadap variabel kejadian mengecewakan.

<hr>This research analyzes on moderating effects of relationship between company's bad performances as direct determinants of switching intention of salon industry costumers. Company's bad performances consist of: service quality failure, unfair price, low organization commitment to customer, and disappointment incident. While moderating effects consist of: consumer involvement, switching cost, and alternative attractiveness. The result of this research shows that without moderating effects, not all direct determinants affecting the occurrence of switching intention, only service quality failure and low organization commitment to customer. With moderating effects, it turns out that all direct determinants component is affecting switching intention. Not all moderating effects affecting the relationship; alternative attractiveness strengthens the relationship of service quality failure, unfair price, and low organization commitment to customer. Other moderating variabel is switching cost that lessens the relationship strength of disappointment incident to the occurrence of switching intention.