

Pengaruh citra toko terhadap kepuasan dan loyalitas yang dihubungkan melalui trust and commitment : studi kasus toko buku Gramedia

Dewi Utari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=88081&lokasi=lokal>

Abstrak

Citra toko merupakan anteseden dari kepuasan dan loyalitas. Citra perusahaan didefinisikan sebagai gabungan sikap yang dipikirkan oleh konsumen dengan atribut toko yang penting dan mengevaluasi kinejanya. Citra toko bisa diukur dengan lima dimensi yaitu kualitas layanan, kualitas produk, atmosfer toko, fasilitas, dan harga. Penelitian ini menyoal untuk menggali hubungan antara citra toko, kepuasan, dan loyalitas. Dalam penelitian ini juga memasukkan variabel kepercayaan dan komitmen sebagai variabel mediator antara kepuasan dan loyalitas.

Penelitian ini merupakan studi kasus pada konsumen toko buku yang berada di wilayah Jabotabek (Jakarta-Bogor-Tangerang-Bekasi). Data yang terkumpul sebanyak 186 responden pelanggan toko buku, pengolahan data dilakukan dengan metode SEM (Structural Equation Modelling) menggunakan program LISREL 8.30 dengan metode estimasi Maximum Likelihood.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa variabel citra toko berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan. Tetapi, citra toko tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Temuan lain dari penelitian ini adalah kepuasan berpengaruh secara positif terhadap kepercayaan pelanggan, demikian juga kepercayaan berpengaruh secara positif terhadap komitmen. Komitmen berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan, tetapi kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Implikasi penting dari penelitian ini bagi peneliti dan praktisi adalah bahwa citra toko merupakan anteseden dari kepuasan dan loyalitas pelanggan.

<hr>

Store image is recognized as important antecedent of satisfaction and loyalty. Store image is expressed as a junction of the salient attributes of a particular store that are evaluated and weighted against each others. Store image has been measured by five dimension (service, product, atmosphere, facility, and price). This study attempted to explore the store image, customer satisfaction and customer loyalty. In addition, I used trust and commitment; as these constructs are generally recognized as important mediators of the relationship between satisfaction and loyalty.

This research is a case study on books store's customer in Jabotabek. Data from 186 consumer of books store were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with applicable software package Lisrel 8.30 and provided support for our conceptual model. Estimation Method in analyzing the data is Maximum Likelihood.

The study results reveal that store image have a positive impact on customer satisfaction. However; store

image is not related to customer loyalty. I also found that satisfaction positively impacts trust which in turn leads to commitment, and finally to increase customer loyalty. But I found that satisfaction is not related to customer loyalty.

An important implication of this study is that researchers as well as practitioners need to systematically consider store image as antecedents of satisfaction and loyalty.