
PENGARUH CITRA TOKO DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN YANG BERIMPLIKASI KEPADA LOYALITAS PELANGGAN TOKO INDOMARET DI JAKARTA

Maulana Agung Prakoso
Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara
Maulanaagung19@gmail.com

Masuk : 03-12-2020 , revisi : 23-12-2020 , diterima untuk diterbitkan : 23-12-2020

Abstract: The retail business in Indonesia continues to grow rapidly, especially marked by the large number of mini markets that have grown in each region, both in rural and urban areas. Over time, industrial growth in the country has made retail business activities increase in product sales to customers in terms of meeting the needs of themselves, their families or others around them. One of the most well-known minimarkets in Indonesia is Indomaret. Indomaret is a type of retail company that is engaged in selling products that consumers use to meet their daily needs according to their needs. The purpose of this study was to determine the effect of Store Image, Service Quality on Customer Satisfaction and its Impact on Customer Loyalty at Indomaret Stores in Jakarta. The research method used is quantitative research methods. The data collection method used was a questionnaire distributed to 100 customers of Indomaret stores in Jakarta. The data processing method used is pls. The results showed that the store image and service quality affect customer satisfaction and affect customer loyalty at Indomaret stores in Jakarta.

Keywords: Store Image, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

Abstrak: Bisnis retail di Indonesia terus berkembang pesat, terutama ditandai dengan banyaknya mini market yang tumbuh di setiap daerah, baik di pedesaan maupun di perkotaan. Seiring dengan berjalannya waktu, pertumbuhan industri di tanah air telah membuat aktivitas bisnis retail meningkat dalam penjualan produk kepada pelanggan dalam hal memenuhi kebutuhan diri, keluarga atau orang lain disekitarnya. Salah satu minimarket yang cukup terkenal di Indonesia adalah Indomaret. Indomaret merupakan salah satu jenis perusahaan retail yang bergerak dalam bidang penjualan produk-produk yang digunakan konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sesuai dengan kebutuhannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Indomaret di Wilayah Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang disebarkan kepada 100 pelanggan toko Indomaret di Jakarta. Metode pengolahan data yang digunakan adalah pls. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra toko dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada toko Indomaret di Jakarta.

Kata kunci: Citra Toko, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

PENDAHULUAN

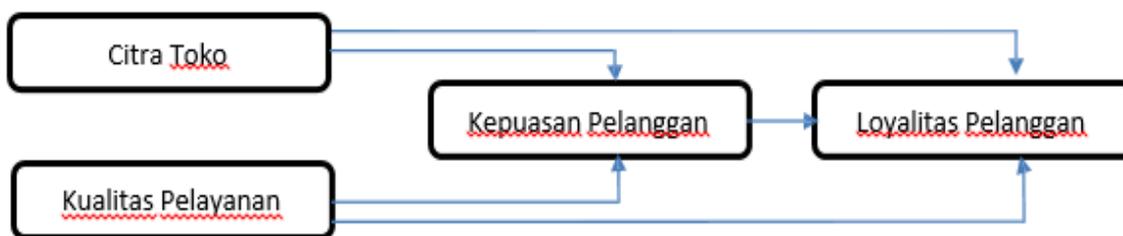
Bisnis retail di Indonesia mengalami pertumbuhan yang stabil terutama ditandai dengan banyaknya minimarket yang tumbuh di setiap daerah-daerah baik dari pedesaan dan perkotaan. Seiring berjalannya waktu pertumbuhan industri di tanah air membuat aktivitas bisnis retail mengalami peningkatan penjualan produk kepada pelanggan dalam hal memenuhi kebutuhan. Saat ini, terdapat banyak sekali jenis toko retail, dimana dalam penelitian ini, toko retail yang akan diteliti adalah minimarket Indomaret. Alasan pemilihan minimarket Indomaret adalah dikarenakan fenomena mengenai turunnya keuntungan dari perusahaan ini selama tahun 2020.

Keuntungan yang diraih Indomaret menurun drastis dalam sembilan bulan pertama tahun 2020. Pengelola Indomaret, melaporkan bahwa laba bersih perusahaan anjlok hingga 72,92% dari Rp265,84 miliar pada Q3 2019 menjadi Rp71,98 miliar pada Q3 2020. Hal ini menunjukkan bahwa selama 9 bulan terakhir, masih terdapat masalah yang belum dapat diselesaikan dan masih perlu pembenahan dari pihak Indomaret, dan dari celah inilah, penelitian ini akan dijalankan, yaitu untuk membantu pihak Indomaret meningkatkan kembali keuntungan mereka, salah satunya dengan membentuk loyaltias dari konsumen. Keterkaitan antara Pengaruh Citra toko, Kualitas pelayanan dalam menghasilkan respon positif atau negatif yang akan berpengaruh kepada Kepuasan pelanggan yang dapat menjelaskan Loyalitas pelanggan.

TELAAH KEPUSTAKAAN

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Menurut Kotler dan Keller dalam Satria et al (2017) pemasaran adalah suatu proses social yang didalamnya individu ataupun kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas menukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Menurut Berman dan Evans (2018:11) "Retailing encompasses the business activities involved in selling goods and service to consumer for their personal, family, or household use". Artinya, Ritel meliputi kegiatan bisnis yang terlibat dalam menjual barang dan jasa kepada konsumen untuk pribadi, keluarga, atau keperluan rumah tangga mereka. Banyak penelitian yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh citra toko, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Berikut keterkaitan variabel dibawah ini:

Gambar 1
Keterkaitan Antar Variabel



Ketika konsumen merasa bahwa toko tersebut memiliki citra toko yang tinggi, mereka juga menganggap bahwa barang yang dijualkan di toko memiliki kualitas yang tinggi, sehingga semakin positif citra toko suatu toko maka semakin tinggi pula niat konsumen untuk membeli. Menurut Arief dan Widyatmoko (2018), citra toko adalah sebuah pemahaman dari toko dalam benak pelanggan sesuai dengan sifat / atribut toko tersebut sehingga pelanggan dapat membedakan antara sebuah toko dengan toko lainnya. Terlepas dari citra toko, pengaruh kualitas pelayanan juga menjadi suatu hal yang signifikan dalam menilai dari konsumen. Kualitas layanan didefinisikan sebagai perbedaan antara harapan pelanggan untuk kinerja layanan sebelum pertemuan layanan dan persepsi mereka tentang layanan yang diterima. (Dawit dan Adem, 2018). Jika suatu toko memiliki pengaruh yang positif terhadap citra toko dan kualitas pelayanan dibenak konsumen maka disinilah muncul kepuasan pelanggan yang berimplikasi terhadap loyalitas pelanggan. Menurut Juran dikutip oleh Kumaradeepan (2015) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan sebagai keadaan pikiran dimana pelanggan berpikir bahwa fitur produk sesuai dengan harapan pribadi mereka. Implikasi loyalitas pelanggan dapat didefinisikan sebagai langkah paling dekat dengan perilaku pembelian kembali pelanggan. Menurut Casidy and Wymer (2016) menjelaskan loyalitas pelanggan sebagai perasaan seseorang yang terikat dengan objek loyalitas, bukan transaksi komersial yang berulang.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausal. Menurut Sugiyono (2018:13) metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan atas filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, metode kuantitatif digunakan karena penelitian ini menggunakan statistika untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian dilakukan dengan melakukan pengumpulan data dalam bentuk kuesioner sebab data diperoleh langsung dari responden. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang akan diambil adalah 100 konsumen Indomaret yang pernah datang ke Indomaret.

Metode Analisis Data dengan pengujian dalam Model Pengukuran Struktural meliputi:

1. Pengujian Goodness of Fit
2. Uji Koefisien Determinasi
3. Q Square
4. Effect Size
5. Pengujian Nilai Koefisien Jalur
6. Pengertian uji T

ANALISA & PEMBAHASAN

1. Dari hasil analisa dapat diuraikan pembahasan mengenai demografi yaitu sebesar 100 orang terdiri dari 48 Pria dan 52 Wanita. Dari data tersebut, terdapat 24 orang yang memiliki pengeluaran di bawah 100.000 setiap ke Indomaret, 28 orang yang memiliki pengeluaran 100.000 – 150.000 setiap ke Indomaret, 23 orang yang berpengeluaran 151.000 – 200.000 setiap ke Indomaret dan 25 orang yang berpengeluaran 200.000 setiap ke Indomaret. Seluruh responden sudah pernah datang ke Indomaret sebelumnya.
2. Dari hasil analisa statistik yang dijalankan, ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra toko terhadap kepuasan pelanggan Minimarket Indomaret dan terhadap loyalitas pelanggan Minimarket Indomaret. Hal ini menunjukkan bahwa memang citra toko merupakan salah satu prediktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan maupun loyalitas pelanggan secara langsung. Hal ini dapat terjadi karena saat seseorang merasa bahwa sebuah brand minimarket memiliki citra yang baik, maka akan membuat orang tersebut cenderung lebih senang dalam berbelanja. Dan selain itu, perusahaan yang menjaga citranya cenderung akan memiliki kemampuan untuk memuaskan konsumen dan mampu membentuk loyalitas konsumen.
3. Selain itu, juga ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Minimarket Indomaret dan terhadap loyalitas pelanggan Minimarket Indomaret. Hal ini menunjukkan bahwa memang kualitas pelayanan merupakan salah satu prediktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan maupun loyalitas pelanggan secara langsung. Hal ini dapat terjadi karena pelayanan yang dirasakan konsumen akan membuat konsumen merasa diistimewakan dan dianggap penting oleh perusahaan. Dengan perasaan ini, akan membuat konsumen merasa apa yang diharapkan terpenuhi dan membuat konsumen akan merasa puas dan selanjutnya loyal.
4. Untuk peranan mediasi, ditemukan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara citra toko terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Minimarket Indomaret. Hal ini berarti orang-orang yang datang ke Indomaret merasa bahwa tanpa adanya kepuasan pun, saat citra sebuah minimarket dianggap baik, maka konsumen akan loyal dengan minimarket tersebut. Namun terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Minimarket Indomaret. Hal ini berarti saat pelayanan sebuah minimarket baik, maka akan muncul dulu kepuasan

dari konsumen dan saat kepuasan ini terbentuk barulah dapat memunculkan loyalitas dari konsumen.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan. Hasil positif dan signifikan memiliki arti yang berbeda-beda. Hasil positif menandakan semakin besar citra toko dan kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen akan memberikan kepuasan yang semakin besar pada konsumen dan berdampak pada tingginya loyalitas. Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Citra toko berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Minimarket Indomaret
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Minimarket Indomaret
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Minimarket Indomaret
4. Citra toko berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Minimarket Indomaret
5. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Minimarket Indomaret
6. Kepuasan pelanggan tidak memediasi pengaruh citra toko terhadap loyalitas pelanggan
7. Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, M., & Widiatmoko, H. D. (2018). Effect of store image on loyalty store through store satisfaction in islamic swalayan stores. *Journal of Humanity and Social Studies*, 2(2).
- Berman, B., Evans, R. J., & Chatterjee, P. (2018). *Retail Management: A Strategic Approach*. 13th Edition. United Kingdom: Pearson Education, Inc
- Berman, R. B., & Evans, R. J. (2018). *Retail Management: A Strategic Approach*. 13th Edition. United Kingdom: Pearson Education, Inc
- Casidy, R & Wymer, W. (2016). A risk worth taking: Perceived risk as moderator of satisfaction, loyalty, and willingness-to-pay premium price. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Elsevier, 32(C), 189-197.
- Dawit, B. J., & Adem, U. (2018). Study the relationship between service quality and customer satisfaction in private commercial banks of Ethiopia: The case of selected private commercial banks at Dire Dawa administration. *SAARJ Journal on Banking & Insurance Research*, 7(4), 11
- Kumaradeepan, V., & Pathmini, M. G. S. (2015). A review of literature on service strategies for customer satisfaction and customer loyalty in store supermarkets. *Journal of Management Matters*, 2(1).
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulibhavi, B. & Shivashankar. (2017). The impact of brand image on customer's loyalty towards private label brands: The medi ting effect of satisfaction. Hubli-Dharwad Conglomerate City of Karnataka. *International Journal of Marketing & Financial Management*, 5(8), 43-50.