

Analisa pengaruh kepuasan konsumen terhadap sensitifitas harga peran moderasi product involvement dan customer patronage frequency studi kasus ritel fashion dan accessories di Jabodetabek = The analysis of customer satisfaction influence on price sensitivity role of moderating variable product involvemen and customer patronage frequency case study retail fashion and accessories in Jabodetabek

Mastoah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20386164&lokasi=lokal>

Abstrak

Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kepuasan konsumen terhadap kesensitifan harga (price sensitivity) pada retail fashion dan accessories di Jabodetabek. Secara spesifik, kepuasan konsumen dibagi menjadi dua yaitu kepuasan secara ekonomi (economic satisfaction) dan kepuasan secara sosial (social satisfaction). Economic Satisfaction diturunkan dari barang yang dibeli konsumen. Kepuasan secara sosial diturunkan dari pelayanan dari pihak ritel. Penelitian ini dilakukan dengan survei terhadap 150 konsumen dan toko ritel dengan menggunakan metode dyadic sampling. Penulisan ini juga membuktikan bahwa economic satisfaction berhubungan negatif dengan price sensitivity sedangkan social satisfactioon berhubungan positif dengan price sensitivity. Adanya hubungan interpersonal antara konsumen dengan pihak ritel mempengaruhi price sensitivity. Hasil penelitian ini memberikan banyak implikasi bagi peneliti dan praktisi khususnya dalam bidang ritel yang bergerak dalam bidang fashion dan accessories.

.....

This research shows the effect of customer satisfaction (economic satisfaction and social satisfaction) on price sensitivity in retail fashion and accessories in Jabodetabek. Specifically, satisfaction is divided into economic satisfaction derived from tangible product and social satisfaction provided by service encounter. This survei of 150 retailer-consumer dyads show that economic satisfaction is negatively associated with price sensitivity. However, social satisfaction is positively related with price sensitivity, interpersonal relationship emphasize in the Indonesian societies tend to influence customer's price sensitivity. These findings have many implication for researchers and practitioners in retail sector.