

Pengaruh interaksi dalam personalized services terhadap kualitas hubungan dalam membentuk loyalitas pelanggan : studi kasus terhadap kedai kopi Starbucks di Jakarta = The influence of customer firm interaction in personalized services on the relationship quality to form customer loyalty : a case study of the Starbucks Coffee Shop in Jakarta

Sinaga, Bernadette Uly, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20403188&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh dari interaksi yang terjadi antara pelanggan dengan elemen perusahaan yang memberikan personalized services seperti contact personnel, lingkungan fisik, dan lingkungan pelanggan, terhadap kualitas hubungan yang ditandai dengan kepuasan dan kepercayaan, yang nantinya akan berdampak pada loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode survey dengan total responden sebanyak 150 orang yang merupakan pelanggan Starbucks di Jakarta. Jawaban responden dalam kuesioner merupakan refleksi dari persepsi mereka terhadap interaksi yang terjadi ketika melakukan kunjungan/pembelian. Hasilnya adalah secara simultan, semua elemen perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kualitas hubungan. Secara parsial, lingkungan fisik berpengaruh paling signifikan terhadap kualitas hubungan, sementara lingkungan pelanggan tidak memiliki pengaruh signifikan. Kepuasan dan kepercayaan, baik secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Melalui penelitian ini, Public Relations dapat mulai merancang strategi yang tepat sasaran sesuai dengan faktor-faktor kunci dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggannya.

*This study discusses the interaction between customer and company elements that provide personalized services such as contact personnel, physical environment, and the customer environment, and their influence on the relationship quality that is satisfaction and trust, and consequently customer loyalty. This research was conducted using survey method with a total of 150 respondents who are customers of Starbucks in Jakarta. Their answers in the questionnaire are a reflection of their perception of the interactions that occur when purchasing. Simultaneously, all elements of the company have a significant effect on the quality of the relationship. Partially, the physical environment of the most significant influence on the relationship quality, while the customer environment has no significant influence. Satisfaction and trust, either simultaneously or partially have significant effect on customers loyalty. Through this research, Public Relations can begin to design strategies that are effective in accordance with the key factors in order to increase customer loyalty.*