

Hubungan antara service quality, customer satisfaction, customer loyalty dan word of mouth pelanggan minimarket Podjok Jakarta = A comparative study on relationship between service quality, customer satisfaction word of mouth and customer loyalty of customers minimarkets Podjok halal Jakarta

Bagus Wicaksono Aji, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20474411&lokasi=lokal>

Abstrak

Di era globalisasi, persaingan sudah terlihat jelsehingga membuat seluruh pelaku usaha melakukan segala upaya untuk memenangkan hati pelanggan. Beberapa pihak memanfaatkan tren yang sedang hipe yaitu syariah halal. Pelaku usaha mulai memikirkan strategi pemasaran yang jitu, salah satunya dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik dan benar dibutuhkan pelanggan. Untuk memberikan informasi ilmiah dan sistematis kepada manajer atau aktor bisnis terkait hubungan antara penyedia layanan dan pelanggan, studi ini telah dilakukan untuk mengeksplorasi hubungan antara faktor-faktor seperti kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan dari mulut ke mulut.

Dengan menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif dan berdasarkan hasil alpha Cronbach, EFA, CFA dan SEM, penulis studi telah menganalisis dan memeriksa 232 kuesioner. Dengan delapan elemen yang terbentuk, faktor-faktor telah dianalisis untuk menilai hubungan yang disebutkan dalam model, hasilnya menunjukkan bahwa ada dampak positif dari fasilitas, keandalan, interaksi pribadi dan memecahkan masalah pada kepuasan pelanggan, hasilnya juga menunjukkan efek positif dari kepuasan atas kesetiaan dan dari mulut ke mulut pelanggan yang membeli produk pertanian di supermarket.

.....In the era of globalization, the competition has been clearly visible. All business actors make every effort to win customers 39 hearts. Some parties take advantage of a trend that is hipe that is halal sharia. In order to provide manager or business actors scientific and systematic information regarding relationship between services providing and customers, this study has been c on ducted to explore relationships between such factors as service quality, customers satisfaction, customers loyalty and word of mouth.

By combining quantitative and qualitative methods and based on the results of the Cronbach alpha, EFA, CFA and SEM, authors of the study have analyzed and examined 232 questionnaires. With eight elements formed, the factors have been analyzed to assess the relationships mentioned in the model, the results indicate that there are positive impacts of facility, reliability, personal interaction and solving problems on satisfaction of customers, the results have also showedpositive effect of satisfaction on loyalty and on word-of mouth of customers purchasing agricultural products at the supermarket.