

Pengaruh service quality dan image congruity terhadap intention to recommendation pada multichannel retailer = The Effect of service quality and image congruity towards intention to recommendation on multichannel retailer

Vinny Muthia Sari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20483042&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tujuan studi ini adalah untuk meneliti pengaruh kualitas jasa dan kongruensi imej terhadap kepercayaan dan kepuasan konsumen dan pengaruhnya terhadap rekomendasi. Penelitian ini dilakukan pada industri buku di Indonesia dan ASEAN dengan menggunakan 306 responden. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif kualitas jasa dalam aspek *interaction* dan *outcome* terhadap kepercayaan konsumen dan pengaruh positif kualitas jasa dalam aspek *environment* dan *outcome* terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian juga menunjukkan pengaruh positif dari kepercayaan konsumen terhadap rekomendasi, namun tidak ada pengaruh positif dari kepuasan konsumen terhadap rekomendasi. Selain itu, ditemukan bahwa kongruensi imej tidak memiliki pengaruh moderasi terhadap hubungan antara kepercayaan konsumen dan rekomendasi.

The purpose of this study is to examine the effect of complementary service quality and image congruence on consumer trust and satisfaction and its effect on intention to recommendations. This research conducted on the book industry in Indonesia and ASEAN with 306 respondents. The results showed positive effect of complementary interaction quality and complementary outcome quality on consumer trust and positive effect of complementary environment quality and complementary outcome quality on consumer satisfaction. The results also showed positive effect of consumer trust on intention to recommendations, but there was no positive effect of consumer satisfaction on intention to recommendations. Besides, we found image congruence did not have a moderating effect on the relationship between consumer trust and intention to recommendations.