

Kontribusi Harga dan Pharmacy Location Terhadap Loyalitas: Mediasi Satisfaction dan Kunjungan Sebelumnya dalam Ekosistem Retail Farmasi = The Contribution of Price and Pharmacy Location to Loyalty: Mediated by Satisfaction and Previous Visits in Retail Pharmacy Ecosystem

Glenn Cahya Dwi Ramadhan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920549721&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi kualitas layanan, harga yang kompetitif, dan lokasi terhadap intensi loyalitas pelanggan di apotek-apotek Indonesia, dengan melihat kepuasan pelanggan dan patronase sebagai mediator. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan menggunakan survei pada konsumen apotek di Indonesia. Structural Equation Modeling (SEM) digunakan untuk menganalisis data dan menguji hubungan antara variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perceived price competitiveness dan lokasi apotek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan intensi loyalitas pelanggan. Sementara itu, kualitas layanan secara langsung mempengaruhi kepuasan tetapi tidak langsung mempengaruhi intensi loyalitas. Patronase baik terhadap apotek yang dinilai maupun disloyalitas, tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap intensi loyalitas pelanggan. Studi ini memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di sektor farmasi di Indonesia, sebuah pasar yang sedang berkembang. Penelitian ini mengungkapkan bahwa selain kualitas layanan, faktor harga dan lokasi memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan, menawarkan pandangan baru bagi pemangku kepentingan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.

.....This study aims to examine the influence of perceived service quality, perceived price competitiveness, and store location on customer loyalty intentions in Indonesian community pharmacies, considering customer satisfaction and patronage as mediators. This research adopts a quantitative approach by surveying community pharmacy consumers in Indonesia. The Structural Equation Modeling (SEM) is utilized to analyze the data and test the relationships between variables. The findings indicate that perceived price competitiveness and store location significantly affect both satisfaction and customer loyalty intentions. Meanwhile, perceived service quality directly influences satisfaction but does not directly affect loyalty intention. Both patronage towards the rated pharmacy and other pharmacies (disloyalty) do not show significant effects on customer loyalty. This study provides insights into the factors influencing customer loyalty in the pharmacy sector in Indonesia, a developing market. It reveals that besides service quality, price and location factors play crucial roles in shaping customer satisfaction and loyalty, offering new perspectives for stakeholders to design more effective marketing strategies.