

# SKRIPSI



**POLITEKNIK  
STIA LAN  
J A K A R T A**

## **PENGARUH CITRA TOKO DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

Disusun Oleh:

Nama : Elvina Hana Yunizar

NPM : 2031011317

Jurusan : Administrasi Bisnis

Program Studi : Administrasi Bisnis Sektor Publik

**PROGRAM SARJANA TERAPAN  
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA  
LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA**

**JAKARTA, 2024**



**POLITEKNIK  
STIA LAN  
J A K A R T A**

**PENGARUH CITRA TOKO DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL *INTERVENING***

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana  
Terapan**

**Oleh:**

**NAMA : ELVINA HANA YUNIZAR**

**NPM : 2031011317**

**JURUSAN : ADMINISTRASI BISNIS**

**PROGRAM STUDI : ABSP**

**SKRIPSI**

**PROGRAM SARJANA TERAPAN  
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA  
LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA**

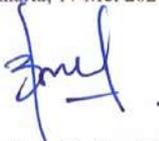
**JAKARTA, 2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

NAMA : ELVINA HANA YUNIZAR  
NPM : 2031011317  
JURUSAN : ADMINISTRASI BISNIS  
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS SEKTOR PUBLIK  
JUDUL : PENGARUH CITRA TOKO DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
*INTERVENING*

Tugas Akhir telah diterima dan disetujui untuk dipertahankan

Jakarta, 17 Mei 2024



Karnida Retta Ginting, SE., MM

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Diperiksa dan disahkan oleh Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Sarjana Terapan  
Politeknik STIA LAN Jakarta pada 17 Mei 2024.

Ketua merangkap Anggota



(Dis. Agoes Inarto, MM )

Sekretaris merangkap Anggota

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Heny Handayani'.

(Heny Handayani, S.Hum., M.M)

Anggota

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Karnida Retta Ginting'.

(Karnida Retta Ginting, SE., MM)

## PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elvina Hana Yunizar

NPM : 2031011317

Program Studi : Administrasi Bisnis Sektor Publik

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tugas Akhir yang telah dibuat dengan judul Pengaruh Citra Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* merupakan hasil karya sendiri dan benar terbukti keasliannya. Apabila di kemudian hari penulisan Tugas Akhir ini merupakan **hasil plagiat** atau **penjiplakan** terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan bersedia **menerima sanksi** berdasarkan peraturan Politeknik STIA LAN Jakarta dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan.

Jakarta, 17 Mei 2024

Peneliti,



Elvina Hana Yunizar

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyusun skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Peneliti menyadari bahwa terdapat banyak sekali kekurangan dalam skripsi ini, maka peneliti bersedia dalam menerima saran maupun kritik yang sifatnya membangun.

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening*”** ini diharapkan menjadi acuan penelitian terhadap hasil kerja keras peneliti selama melakukan penelitian. Pelaksanaan skripsi ini merupakan salah satu syarat agar peneliti lulus dengan mendapatkan gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis Sektor Publik pada program studi Administrasi Bisnis Sektor Publik, Politeknik STIA LAN Jakarta.

Peneliti banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dengan tulus kepada Ibu Retta Karnida Ginting, SE., MM selaku dosen pembimbing skripsi peneliti yang selalu memberikan arahan serta dukungan selama proses penelitian berlangsung. Melalui kesempatan ini pula, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Drs. Agoes Inarto, MM selaku penguji tugas akhir peneliti yang telah memberikan arahan dan bimbingan positif bagi penyelesaian skripsi.
2. Ibu Heny Handayani, S.Hum., M.M selaku penguji tugas akhir peneliti yang telah memberikan arahan dan bimbingan positif dalam penyelesaian skripsi.
3. Kedua orang tua yang peneliti sayangi, mamah dan papah. Atas doa dan dukungannya selama proses penelitian berlangsung.
4. Kedua adik peneliti, Aufa Riza dan Fayola Adira. Atas dukungan selama proses penelitian berlangsung.

5. Cahya Dhiya, Beby Camila, Dita Azra, Difra Salakay, Aris Nur Indra, Dimas Hikmah, Christoper Batara, Akhmad Zainur, Ahmad Ardiansyah, Muhammad Iqbal, Tamara Rizqita, Kurniadi Sandi. Atas bantuan dan dukungannya kepada peneliti selama proses pengerjaan skripsi berlangsung.
6. Dias Putri, Alfian Adi, Fifi Fiqriyatun, Haegia Sophiea, Muhammad N Fauzi, Robert Haidar selaku teman seperjuangan satu bimbingan yang selalu memberikan bantuan dan dukungan kepada peneliti selama proses pengerjaan skripsi berlangsung.
7. Rizza Amelia, Shinta Rizki, Ilham Maulana, Alfito Deannova, Lutfi Ma'arif, Kaisar Reyhan. Atas dukungannya kepada peneliti selama proses pengerjaan skripsi berlangsung.
8. Leilani Azalia dan Rizqy Putra Pratama selaku sepupu peneliti. Atas saran baik, bantuan, dan dukungan kepada peneliti selama proses pengerjaan skripsi berlangsung.

Demikian ucapan terima kasih yang peneliti sampaikan. Peneliti telah berusaha semaksimal mungkin atas penulisan dari skripsi ini, dan menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya.

Jakarta, 17 Mei 2024

Peneliti,

Elvina Hana Yunizar

## ABSTRAK

Pengaruh citra toko dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Elvina Hana Yunizar. Karnida Retta Ginting, SE., MM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra toko dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode pengumpulan data yaitu menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form*. Alat untuk mengolah data menggunakan aplikasi *SmartPLS 3.2.9*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan citra toko berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan signifikansi nilai *T statistics* sebesar 1.069 yang berarti  $\leq 1.960$  (nilai T-tabel) dan probabilitas value nya  $\geq 0,05$  yaitu sebesar 0.286, citra toko berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan positif yaitu sebesar 0.087 dengan signifikansi *T statistics* sebesar 1.046 yang berarti  $\leq 1.960$  (nilai T-tabel) dan probabilitas value nya  $\geq 0,05$  yaitu sebesar 0.296, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan signifikansi *T statistics* sebesar 2.207 yang berarti  $\geq 1.960$  (nilai T-tabel) dan probabilitas value nya  $\leq 0,05$  yaitu sebesar 0.028, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan signifikansi *T statistics* sebesar 6.614 yang berarti  $\geq 1.960$  (nilai T-tabel) dan probabilitas value nya  $\leq 0,05$  yaitu sebesar 0.000, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan signifikansi *T statistics* sebesar 8.293 yang berarti  $\geq 1.960$  (nilai T-tabel) dan probabilitas value nya  $\leq 0,05$  yaitu sebesar 0.000.

Kata Kunci: citra toko, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

STIA LAN  
J A K A R T A

## **ABSTRACT**

*The influence of store image and service quality on customer loyalty with customer satisfaction as an Intervening variable. Elvina Hana Yunizar. Karnida Retta Ginting, SE., MM. This study aims to analyze the effect of store image and service quality on customer loyalty with customer satisfaction as an Intervening variable. This research uses a quantitative descriptive approach with the data collection method, namely distributing questionnaires in the form of google forms. The tool for processing data uses the SmartPLS 3.2.9 application. The results of this study indicate that store image has a positive but insignificant effect on customer satisfaction with a significance of T statistics value of 1.069 which means  $\leq 1.960$  (T-table value) and its probability value  $\geq 0.05$  which is equal to 0.286, store image has a positive but insignificant effect on positive customer loyalty which is equal to 0.087 with a significance of T statistics of 1.046 which means  $\leq 1.960$  (T-table value) and its probability value  $\geq 0.05$  which is equal to 0.296, service quality has a positive and significant effect on customer loyalty with a significance of T statistics equal to 2.207 which means  $\geq 1.960$  (T-table value) and the probability value is  $\leq 0.05$ , namely 0.028, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty with a significance T statistics of 6.614 which means  $\geq 1.960$  (T-table value) and the probability value is  $\leq 0.05$ , namely 0.000, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance T statistics of 8.293 which means  $\geq 1.960$  (T-table value) and the probability value is  $\leq 0.05$ , namely 0.000.*

*Keywords: store image, service quality, customer satisfaction, customer loyalty*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH TUGAS AKHIR .....	iii
SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PERMASALAHAN PENELITIAN.....	1
A. Latar Belakang Permasalahan .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
A. Tinjauan Teori .....	9
1. Pemasaran.....	9
2. Bauran Pemasaran .....	10
3. Produk .....	11
4. Merek.....	12
5. Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	14
6. Kualitas Pelayanan .....	16
7. Kepuasan Pelanggan.....	20
8. Loyalitas Pelanggan .....	23
9. Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	26
B. Definisi Operasional Variabel dan Indikatornya .....	30
C. Kerangka Berpikir.....	32
D. Hipotesis Penelitian.....	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
A. Metode Penelitian.....	34
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	34
C. Teknik Pengumpulan Data .....	36
D. Instrumen Penelitian.....	36
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	41
F. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data .....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN .....	52
A. Penyajian Data .....	52
B. Pembahasan.....	57
C. Sintesis Pemecahan Masalah .....	72
BAB V PENUTUP .....	77
A. Kesimpulan .....	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	79
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

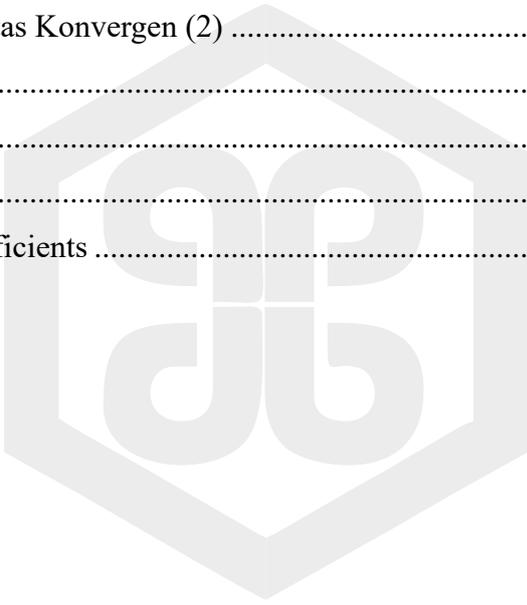
POLITEKNIK  
STIA LAN  
J A K A R T A

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pelanggan Rama Photocopy .....	5
Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 2. 2 Definisi Operasional dan Indikator .....	30
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert .....	36
Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian.....	37
Tabel 3. 3 Uji Awal Validitas Konvergen .....	41
Tabel 3. 4 Uji Kedua Validitas Konvergen.....	43
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4. 1 Pekerjaan Responden .....	54
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	55
Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir Responden.....	56
Tabel 4. 4 Lama Menjadi Pelanggan.....	56
Tabel 4. 5 Jenis Kelamin Responden .....	57
Tabel 4. 6 Uji Validitas Konvergen .....	58
Tabel 4. 7 Uji Validitas Konvergen (2) .....	61
Tabel 4. 8 Uji Validitas Diskriminan.....	63
Tabel 4. 9 Hasil Uji AVE.....	65
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4. 11 Ringkasan Hasil Measurement Models.....	66
Tabel 4. 12 Direct Effect .....	71
Tabel 4. 13 Indirect Effect.....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Uji Validitas Konvergen (1) .....	60
Gambar 4. 2 Uji Validitas Konvergen (2) .....	62
Gambar 4. 3 R-Square.....	68
Gambar 4. 4 F-Square .....	68
Gambar 4. 5 Q-Square.....	69
Gambar 4. 6 Path Coefficients .....	70



**POLITEKNIK  
STIA LAN  
J A K A R T A**

# **BAB I**

## **PERMASALAHAN PENELITIAN**

### **A. Latar Belakang Permasalahan**

Keberhasilan atau kesuksesan usaha sangat berpengaruh jika adanya loyalitas pelanggan di toko tersebut. Loyalitas pelanggan sangat diutamakan untuk menciptakan keberhasilan, kelancaran, dan menjaga keberlangsungan bisnis. Konsumen yang setia adalah mereka yang merasakan kepuasan setelah berhasil mendapatkan produk dan layanan yang mereka harapkan, sehingga mereka berusaha untuk memberitahukan kepada semua orang yang dikenalnya bahwa pelayanan di toko tersebut baik dan layak untuk di datangi kembali (Purwanto & Handayani, 2022). Selain itu, para pelanggan yang berusaha untuk setia terhadap toko tersebut pada level selanjutnya mereka akan mengembangkan loyalitas mereka ke barang lain dari toko yang sama dan pada akhirnya menjadi pelanggan setia dari toko tersebut.

Memperoleh dan mempertahankan loyalitas pelanggan adalah tantangan yang harus dihadapi oleh setiap bisnis, tetapi hal itu dapat diwujudkan dengan cara yang tepat. Salah satu rencana atau cara untuk mempertahankan rasa loyalitas adalah dengan kesanggupan perusahaan yang diharuskan mampu memberikan rasa puas kepada pelanggan secara terus-menerus. Menurut Kotler & Keller (2009) dalam Sinambela & Mardikaningsih (2022) loyalitas pelanggan adalah rasa tanggung jawab yang harus dipertahankan secara intensif untuk membeli kembali barang yang dibutuhkan. Ishak & Luthfi (2011) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah kestabilan dari para pelanggan yang melaksanakan pembelian berulang dalam jangka waktu yang lama. Setiap pelanggan memiliki dasar loyalitas sendiri. Loyalitas adalah suatu bentuk kepercayaan yang timbul dari keyakinan bahwa sesuatu yang telah memberikan manfaat di masa lalu akan terus memberikan manfaat di masa depan. Upaya yang dilakukan untuk mewujudkan kepuasan pelanggan akan mengarah bagaimana pelanggan bersikap.

Terciptanya loyalitas pelanggan karena ada rasa puas yang pelanggan rasakan terhadap produk dan layanan yang perusahaan berikan. Loyalitas sendiri pun akan membangun semacam komitmen yang disertai dengan pemesanan atau pembelian produk secara berulang. Munculnya loyalitas diawali oleh kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Menurut Utama & Kusuma (2019) loyalitas merupakan suatu keterikatan yang muncul karena adanya suatu produk yang tercipta karena perilaku pembelian secara berulang. Penyebab proses pembelian secara berulang atau terus-menerus salah satunya adalah harga produk yang murah, jika harga naik berakibat pelanggan akan berpindah ke produk lain. Rasa kepuasan yang dimiliki oleh pelanggan akan mendeskripsikan pengalamannya kepada pelanggan lainnya. Menurut Orel & Kara (2014) dalam Utama dan Kusuma (2019) indikator-indikator dari loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang loyal senang dan terus membeli, merekomendasikan, dan mempercayai perusahaan tersebut. Dengan terus meningkatkan nilai bagi pelanggan, keuntungan perusahaan dapat meningkatkan dan mencapai kesuksesan jangka panjang. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai loyalitas jauh lebih tinggi dibandingkan dengan sekedar pembelian.

Kepuasan pelanggan salah satu tujuan dari berdirinya suatu usaha, terciptanya kepuasan pelanggan akan menumbuhkan beberapa manfaat bagi sebuah perusahaan atau toko antara lain hubungan antara pelanggan dan perusahaan menjadi selaras, terciptanya loyalitas pelanggan, dan membangun *Word of Mouth* (WOM) positif yang memberikan keuntungan bagi perusahaan (Nuraeni et al., 2019). Dilihat dari sisi pelanggan, kepuasan pelanggan yaitu perasaan yang dirasakan oleh pelanggan karena pelayanan yang diberi sesuai dengan apa yang diinginkan. Pada dasarnya, suatu bisnis atau usaha mempunyai tujuan, yaitu untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Di suatu perusahaan, kualitas pelayanan merupakan aspek terpenting yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan mempertahankan kepuasan pelanggan akan meningkatkan hubungan yang baik dengan pelanggan.

Membangun hubungan yang baik dengan pelanggan memang penting untuk meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang. Namun, penting bagi perusahaan untuk tidak terjebak dalam pola pikir bahwa semua keinginan pelanggan harus dipenuhi. Perusahaan perlu memiliki prinsip dan batasan yang jelas agar tidak kehilangan jati diri dan identitasnya. Tidak semua pelanggan mempunyai nilai yang sama bagi perusahaan. Ada pelanggan yang layak untuk mendapatkan perhatian dan pelayanan yang lebih dibandingkan pelanggan lain, ada pelanggan yang tidak layak mendapatkan perhatian lebih karena tidak pernah memberikan umpan balik serta menghargai pelayanan yang kita berikan. Dengan kata lain, penting untuk menyeimbangkan antusiasme dengan analisis yang cermat dan mendalam untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Menurut Purwanto & Handayani (2022) citra toko sangat berpengaruh terhadap kesuksesan dan kelancaran usaha. Hal tersebut sangat penting untuk menjadi perhatian pemilik toko, citra yang baik harus dapat membedakan citra dari pesaing, dapat mendeskripsikan citra atau merek, dapat mencapai tujuan dengan citra merek yang diinginkan, sehingga dapat memberi kesan yang baik kepada konsumen. Citra toko yang baik dapat dicapai jika kualitas pelayanan toko pun baik. Jika suatu toko menciptakan citra yang baik, maka diasumsikan dapat memberikan peningkatan harapan pelanggan dan nilai tambah serta menciptakan kepuasan pelanggan yang berimplikasi kepada loyalitas pelanggan dari pelayanan tersebut.

Menurut Kusuma (2016) dalam Santikayasa & Santika (2019) citra toko bukan hanya sekedar kesan, melainkan gambaran menyeluruh tentang kualitas, identitas, dan nilai yang dikaitkan konsumen dengan toko. Citra toko yang positif dibangun melalui berbagai elemen dan pengalaman, dan memiliki dampak signifikan pada loyalitas, keputusan membeli, dan reputasi toko. Toko yang memiliki citra baik menjanjikan kualitas produk dan layanan kepada pelanggan. Produk bermerek terkenal umumnya lebih disukai konsumen, meskipun harganya lebih mahal. Citra toko yang baik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen. Konsumen umumnya lebih memilih tempat usaha atau tempat perbelanjaan yang memberikan kesan positif. Oleh karena itu, citra toko menjadi

salah satu faktor penting bagi suatu usaha atau perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Toko dengan citra positif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, mendorong pembelian berulang, dan *ultimately*, meningkatkan keuntungan bisnis.

Suatu usaha atau perusahaan harus selalu mengedepankan kualitas pelayanan yang baik agar mempunyai kelebihan yang signifikan dibandingkan dengan para pesaingnya. Menurut Bhuwana & Sudiksa (2013) kualitas pelayanan diartikan baik dan memenuhi jika pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan. Suatu usaha atau perusahaan akan berusaha memberikan kualitas pelayanan yang baik agar tujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen terlaksana. Wibowo et al., (2013) juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan berupaya untuk mendorong dan memacu perusahaan atau suatu usaha agar dapat melakukan pemulihan dengan pesaingnya.

Menurut data dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Tangerang, jumlah UMKM di Kota Tangerang pada tahun 2023 berjumlah 122.505 unit. Jumlah tersebut meningkat sebesar 10% dari tahun sebelumnya yang terdata sebanyak 111.369 unit. Pemerintah Kota Tangerang akan terus berupaya untuk meningkatkan peran UMKM dalam perekonomian daerah. Salah satu usaha yang dilakukan adalah dengan menyampaikan berbagai program bantuan dan pembinaan kepada UMKM. Pengembangan UMKM di berbagai daerah perlu dioptimalkan untuk mewujudkan pemerataan ekonomi dan mengurangi kemiskinan.

Industri UMKM berkembang dengan sangat pesat dan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Salah satunya UMKM yang bergerak di bidang jasa dapat meningkatkan kualitas layanannya dengan memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional. UMKM tersebut juga dapat memberikan program-program loyalitas kepada pelanggan, seperti diskon atau voucher belanja. UMKM yang mampu meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan akan memiliki peluang yang lebih besar untuk sukses dan berkembang. Salah satu UMKM yang masih sangat dibutuhkan hingga saat ini adalah *photocopy* karena menawarkan kepraktisan, biaya yang rendah, kemudahan

akses, dan berbagai layanan yang bermanfaat. Selain itu, masih banyak orang yang membutuhkan salinan fisik dokumen untuk berbagai macam keperluan, dan usaha *photocopy* dapat memenuhi kebutuhan tersebut.

Usaha *photocopy* merupakan UMKM yang bergerak dibidang jasa. Di kelurahan Sukasari kota Tangerang terdapat kurang lebih 10 usaha *photocopy*, salah satunya yang sudah lama berdiri selama kurang lebih 20 tahun adalah Rama *photocopy*. Didirikan pada area dekat dengan sekolah, apartemen, hotel, dan perguruan tinggi. Lokasi tersebut sangat strategis dan hal tersebut sangat berpengaruh terhadap kesuksesan dan kelancaran usaha Rama *photocopy* karena sebagian besar di area tersebut dapat mendatangkan pelanggan lebih banyak.

**Tabel 1. 1 Data Pelanggan Rama *Photocopy***

No	Bulan	Jumlah Pelanggan
1	Januari	450 pelanggan
2	Februari	640 pelanggan
3	Maret	546 pelanggan
4	April	410 pelanggan
5	Mei	650 pelanggan
6	Juni	420 pelanggan
7	Juli	390 pelanggan
8	Agustus	465 pelanggan
9	September	547 pelanggan
10	Oktober	450 pelanggan
11	November	457 pelanggan
12	Desember	320 pelanggan
<b>Total</b>		<b>5745 pelanggan</b>

*Sumber: Data Rama Photocopy, 2023*

Pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa terdapat jumlah pelanggan Rama *Photocopy* selama 1 tahun, yaitu pada tahun 2023 dengan jumlah total pelanggan sebanyak 5745 pelanggan. Dapat dilihat bahwa usaha Rama *Photocopy* tidak selalu

mengalami kenaikan di setiap bulannya. Akan tetapi, Rama *Photocopy* tetap konsisten dalam memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan harapan pelanggan yang akan mewujudkan tingkat kepuasan terhadap pelanggan. Sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan maka tidak akan terwujudnya kepuasan pelanggan. Pesaing usaha *photocopy* di Kelurahan Sukasari, Tangerang terbilang tidak cukup banyak, namun pemilik dan karyawan Rama *photocopy* tetap menjaga citra toko dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang juga akan menciptakan loyalitas pelanggan yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha *photocopy*.

Terdapat indikasi-indikasi adanya permasalahan terkait dengan citra toko, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan antara lain:

1. Citra toko, di mata pelanggan kurang baik. Hal itu ditunjukkan adanya kesan atau pendapat mereka tentang Rama Fotocopy, sebagai dampak karyawan yang bekerja di Rama *photocopy* pernah secara tidak sengaja terlambat dalam melayani pelanggan dan keliru dalam memberikan uang kembalian kepada pelanggan.
2. Kualitas pelayanan, yang dirasakan oleh pelanggan kurang baik. Hal ini ditunjukkan bahwa toko tidak berhasil memenuhi ekspektasi pelanggan, sebagai dampak karyawan yang bekerja di Rama *photocopy* sempat tidak mengerti cara mengedit foto menggunakan background warna, pelayanan yang diberikan karyawan lambat, dan antrian yang panjang.
3. Kepuasan pelanggan, yang dirasakan oleh pelanggan kurang puas. Hal ini ditunjukkan bahwa pelanggan Rama *photocopy* beberapa kali mengajukan komplain terhadap hasil *photocopy* yang di terima karena terdapat beberapa kecacatan hasil *photocopy*, misal ada hasil *photocopy* yang kurang tajam dan terlewat padahal sudah di jilid.
4. Loyalitas pelanggan, kesetiaan pelanggan yang kurang pada Rama *photocopy*. Hal ini ditunjukkan bahwa banyak pelanggan Rama *photocopy* yang hanya

*photocopy* atau dalam membeli ATK hanya sesekali saja, selanjutnya mereka *photocopy* atau membeli ATK di tempat lain.

Berdasarkan fenomena di atas, peneliti merasa tertarik untuk menganalisis permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya dengan mengangkat judul penelitian “**Pengaruh Citra Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening***”.

## **B. Rumusan Masalah**

Dengan mengacu pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah citra toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan?
4. Apakah citra toko dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dengan mengacu pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan penelitian dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh citra toko terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

4. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh citra toko dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*

#### **D. Manfaat Penelitian**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat diantaranya sebagai berikut.

1. Manfaat Bagi Dunia Akademik
  - a. Dapat memberikan informasi dan gambaran tentang pengaruh citra toko dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*.
  - b. Sebagai bahan pertimbangan dan menjadi tambahan kelengkapan referensi dalam bidang pemasaran bagi peneliti dimasa yang akan datang.
2. Manfaat Bagi Dunia Praktik:
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta menjadi tambahan sumber informasi bagi mahasiswa yang ingin mendalami konsep pentingnya citra toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat membantu UMKM salah satunya usaha *photocopy* dalam mengembangkan strategi pemasaran, *branding*, dan pengembangan produk yang lebih efektif.