PENGARUH *SERVICESCAPE* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN DI SPORTS STATION SURABAYA

HADI , ERIC ARMAN

Pembimbing : Tanti Handriana, SE., Msi.

CONSUMER SATISFACTION

KKB KK-2 B 96 / 09 Had p

Copyright : @ 2009by Airlangga University Library Surabaya

Abstraksi

Dalam jaman globalisasi dan persaingan ekonomi yang tinggi akan sangat fatal bagi perusahaan bisnis jika menjadi *non-customer oriented*. Tentu saja, untuk mempertahankan perusahaan diperlukan produksi barang atau jasa yang berkualitas sangat bagus agar dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang puas dan loyal terhadap perusahaan (Fecikova, 2004). Selama bertahun-tahun kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama perusahaan bisnis, sejak hal tersebut dianggap mempunyai pengaruh terhadap mempertahankan pelanggan dan *market share* perusahaan.

Dalam era sekarang ini usaha sektor jasa dan ritel semakin marak dengan banyak munculnya ritel dan *franchise* dari luar negeri yang bergerak dalam bidang jasa layanan seperti *Athletes Foot* dan lain-lain. Dengan maraknya sektor jasa dan ritel maka para manajer harus lebih kreatif dan jeli dalam menarik perhatian dan memuaskan pelanggan agar pelanggan tersebut loyal terhadap perusahaan, sekaligus berupaya mempertahankan pelanggan dan meningkatkan *market share* perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *servicescape* Sports Station terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, setelah Sports Station merubah bentuk *servicescape*-nya. Sports Station merupakan *speciality store* dengan kategori sepatu, apparel dan alat olahraga dari berbagai macam bentuk olahraga seperti basket, sepak bola, tenis, dan sebagainya. Pada akhir tahun 2007 Sports station telah mengubah *servicescape*-nya. Dahulu *servicescape* Sports station yang lantainya terbuat dari kayu seperti lapangan basket dalam ruangan, warna ruangan didominasi hitam dan kuning, dan logonya terdapat gambar ring basket dan tulisan ”Sports station” dan dominasi warna hitam. Kemudian berubah menjadi lantai sintetis, warna ruangan didomonasi putih dan oranye, gambar ring basket tidak ada hanya tulisan ”Sports station” dengan dominasi warna oranye, dan terdapat beberapa perubahan *lay out*.

Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 150 responden yang berada di Surabaya yang telah berbelanja di Sports Station selama 6 bulan terakhir. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Analisis Jalur

ADLN Perpustakaan Universitas Airlangga

Hasil uji hipotesis 1 menyatakan bahwa *servicescape* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Sports Station Surabaya dengan nilai *Critical Ratio* 6,214 lebih besar daripada standar signifikan yaitu 1,96 Hasil uji hipotesis 2 menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di Sports Station Surabaya dengan nilai *Critical Ratio* 23,112 lebih besar daripada standar signifikan yaitu 1,96

Kata kunci: *serviscape*, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen