

DAMPAK PERFORMA LOGISTIK TERHADAP CITRA TOKO, KEPUASAN KONSUMEN & LOYALITAS DI ALFAMART

Karen Soetmato¹⁾, Margaretha Pink Berlianto^{2*)}

^{1,2)} Universitas Pelita Harapan and Banten

e-mail: soetamtokaren@gmail.com, margaretha.berlianto@uph.edu*

(Corresponding Author indicated by an asterisk *)

Abstract

Perkembangan industri ritel yang terus berkembang menggeser peran pasar tradisional di perkotaan. Hal tersebut terjadi karena adanya perubahan perilaku masyarakat dan preferensi dalam berbelanja. Dimana pasar modern dinilai mampu memberi kenyamanan dan kemudahan bagi masyarakat. Memberi solusi praktis dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang beragam. Toko ritel modern dalam kategori kebutuhan harian di Indonesia dipimpin oleh Alfamart. Dimana gerainya tersebar luas di seluruh wilayah Indonesia. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui Dampak Performa Logistik terhadap Citra Toko, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas di Alfamart. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarluaskan secara *online* menggunakan *Google Form*. Studi ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan *judgement sampling* kepada 241 responden. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Alfamart yang pernah melakukan pembelian di Alfamart selama 3 bulan terakhir. Pengolahan data dilakukan menggunakan SmartPLS3 dengan PLS-SEM. Hasil pengujian menunjukkan bahwa keempat hipotesis dalam penelitian ini didukung. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Performa Logistik berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen, Performa Logistik berpengaruh positif terhadap Citra Toko, Citra Toko berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen dan Kepuasan Konsumen berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen.

Keywords: Performa Logistik, Citra Toko, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

1. Introduction

Kegiatan berbelanja di pasar kini telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat yang tidak dapat dipisahkan. Pasar sendiri terbagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional sudah lama terbentuk dan memiliki peran penting dalam perkembangan ekonomi rakyat. Proses tawar-menawar adalah ciri khas dari pasar tradisional, dimana didalamnya terkandung nilai-nilai kearifan lokal. Sedangkan pasar *modern* menyediakan berbagai pilihan produk yang lebih lengkap, sistem harga yang pasti dan pemilihan lokasi cenderung strategis. Namun seiring berjalannya waktu terjadi perubahan dalam preferensi dan perilaku masyarakat dalam berbelanja. Hal tersebut menggeser peran pasar tradisional dipertanian, mereka cenderung memilih pasar modern karena dinilai mampu memberi kenyamanan dan kemudahan bagi masyarakat.

Berbelanja di pasar kini telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat yang tidak dapat dipisahkan. Pasar sendiri terbagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional sudah lama terbentuk dan memiliki peran penting dalam perkembangan ekonomi rakyat. Proses tawar-menawar adalah ciri khas dari pasar tradisional, dimana didalamnya terkandung nilai-nilai kearifan lokal. Sedangkan pasar modern menyediakan berbagai pilihan produk yang lebih lengkap, sistem harga yang pasti dan pemilihan lokasi cenderung strategis. Namun seiring berjalannya waktu terjadi perubahan dalam preferensi dan perilaku masyarakat dalam berbelanja. Hal tersebut menggeser peran pasar tradisional dipertanian, mereka cenderung memilih pasar modern karena dinilai mampu memberi kenyamanan dan kemudahan bagi masyarakat.

Secara dunia, perusahaan asal negara Amerika dan Eropa mendominasi pasar ritel dunia. Sesuai dengan data *Companies Market Cap*, per Agustus tahun 2023, *Amazon* berhasil menduduki peringkat pertama dengan kapitalisasi pasar senilai 1,38 billion USD. Untuk di Indonesia sendiri, perekonomian Indonesia diiringi dengan perkembangan industri ritel. Toko swalayan terus mempertahankan pertumbuhan penjualan yang positif dari tahun ke tahun. Sekitar 92% nilai penjualan toko serba ada di Indonesia berasal dari 2 perusahaan dengan sistem distribusi terintegrasi dan pengadaan terpusat yaitu *Indomaret* dan *Alfamart*. Namun meski demikian *Alfamart* tetap menduduki peringkat pertama dengan nilai penjualan sebesar 7,622 *million US dollar*. Pertumbuhan jumlah gerai *Alfamart* juga terus mengalami pertumbuhan positif. Diawali pembukaan gerai sebanyak 7,760 di tahun 2012, kini di tahun 2021 jumlah gerai *Alfamart* telah mencapai 16,492. Dalam kurun waktu 10 tahun *Alfamart* berhasil mencatat peningkatan gerai sejumlah 112,5%

Seperti yang kita ketahui *Alfamart* dan *Indomaret* dikenal dengan pemilihan jarak toko yang saling berdekatan. Hal inilah yang mendorong mereka untuk terus bersaing dan menjadikan mereka ritel yang paling kompetitif. Secara data, untuk beberapa tahun terakhir *Indomaret* selalu mencetak pendapatan yang lebih unggul dari *Alfamart*. Namun di tahun 2022 *Alfamart* berhasil unggul dari sisi *sales* dan juga laba. Oleh karena itu *Alfamart* dipilih sebagai objek pada penelitian ini. Penelitian terkait bidang ini tergolong masih sangat terbatas di Indonesia. Itu sebabnya penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Dampak Performa Logistik, Citra Toko, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas di *Alfamart*. Dengan menganalisis faktor-faktor tersebut, diharapkan dapat ditemukan strategi yang efektif dalam mempertahankan konsumen dan meningkatkan loyalitas di industri ritel. Memberi wawasan berharga dan juga

bermanfaat bagi *Alfamart* dan toko-toko ritel lainnya dalam usaha mereka membangun loyalitas konsumen yang kuat dan berkelanjutan di Indonesia.

2. Literature Review

2.1 Tinjauan Literatur

Performa Logistik

Logistik berhubungan dengan proses operasi, pengiriman dan penyampaian barang ke tujuan akhir. Sistem logistik memudahkan aliran barang dan jasa hingga ke tangan konsumen (Kusumastuti, 2014). Performa logistik juga berkaitan sebagaimana suatu perusahaan mampu memberi pengalaman berbelanja yang menyenangkan & suasana yang nyaman bagi konsumen.

Citra Toko

Citra toko adalah persepsi dan kesan yang diterima konsumen terhadap realita yang diterima dari suatu toko. Perpaduan antara faktor fisik dengan faktor non fisik melalui kelima indera (Putri & Ferdinand, 2016). Citra toko yang baik mampu memberi pengaruh terhadap perilaku konsumen.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perbedaan antara kinerja dengan harapan konsumen. Berhubungan dengan respon emosional, perasaan senang atau kecewa terhadap suatu produk atau jasa. (Gofur, 2019). Jika kepuasan konsumen terpenuhi maka mereka akan memberi komentar positif dan cenderung bersikap loyal.

Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen adalah bentuk komitmen dan kepercayaan konsumen dalam menggunakan produk yang sama secara berulang dari sebuah perusahaan (Srivastava, 2015). Loyalitas konsumen dapat diukur melalui frekuensi pembelian suatu barang, terlepas dari berbagai pengaruh yang mampu menyebabkan konsumen beralih.

2.2 Pengembangan Hipotesis

Hubungan Performa Logistik dan Kepuasan Konsumen

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ghourrassi & Tigu (2017) pada industri menengah dan kecil di Algeria, Huma et al. (2019) di industri layanan logistic di Pakistan, Khairi & Cahyadi (2023) pada industri pengiriman di Indonesia, Ltifi & Gharbi (2015) pada industri sektor ritel di Tunisia dan Umair et al. (2019) pada industri rutek di Islamabad dan Rawalpindi menunjukkan bahwa performa logistik berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian diatas, maka:
H1: Performa Logistik berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

Hubungan Performa Logistik dan Citra Toko

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Daniel (2014) menemukan bahwa performa logistik berpengaruh positif terhadap citra toko. Hasil ini didukung oleh penelitian Ltifi & Gharbi (2015) di Tunisia, Ozoglu & Erdemir (2021) di industri manufaktur di Istanbul, Umair et al. (2019) pada industri rutek di Islamabad dan Rawalpindi, dan Warewanich et al. (2019) di industry logistic di Indonesia. Berdasarkan uraian diatas, maka:
H2: Performa Logistik berpengaruh positif terhadap Citra Toko.

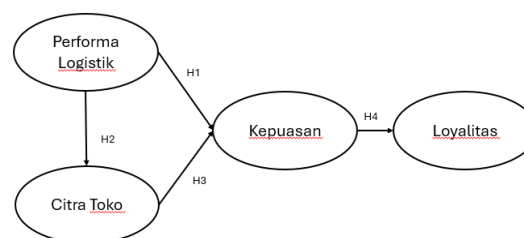
Hubungan Citra Toko dan Kepuasan Konsumen

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chrissanda (2020) pada industri ritel di Indonesia, Darmawan et al. (2020) di industri di toko tradisional di Indonesia, Kamaliono et al. (2020), Maolani (2022) di Palu dan Sarpan et al. (2023) pada toko buku di Jakarta menunjukkan bahwa performa citra toko berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen toko. Berdasarkan uraian diatas, maka:
H3: Citra Toko berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

Hubungan Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ettah & Pondaag (2019) di Menado, Oktaviani (2019), Suchiati & Suhartini (2022) di industri asuransi di Tangerang, Supertini et al. (2020) dan Widjaja et al. (2019) yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan uraian diatas, maka:
H4: Kepuasan Konsumen berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen.

2.3 Kerangka Penelitian



Gambar 2.1 Model Penelitian

Sumber: Diadopsi dari Moussaoui et al. (2022)

3. Research Method

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan secara online menggunakan Google Form. Studi ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan *judgement sampling* kepada 241 responden. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Alfamart yang pernah melakukan pembelian di Alfamart selama 3 bulan terakhir. Metode analisis data dilakukan menggunakan SmartPLS3 dengan PLS-SEM.

Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan total 4 variabel yang terdiri dari Performa Logistik menggunakan 11 indikator yang diadopsi dari Kusumastuti (2014), Citra Toko menggunakan 6 indikator yang diadopsi dari Putri & Ferdinand (2016) Kepuasan Konsumen menggunakan 4 indikator yang diadopsi dari Gofur (2019) dan Loyalitas

Konsumen menggunakan 4 indikator yang diadopsi dari Srivastava (2015). Skala pengukuran yang digunakan adalah skala

Metode analisis data menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modelling* (PLS-SEM) dengan melakukan pengujian *outer loading* dengan *rule of thumb* $> 0,7$, *construct reliability* dengan *rule of thumb* $> 0,7$, AVE dengan *rule of thumb* $> 0,5$, uji multikolinearitas *rule of thumb* nilai akar kuadrat AVE pada masing-masing variabel lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi konstruk pada variabel latennya, *R-square* dengan *rule of thumb* $> 0,7$ dan pengujian hipotesis *t-statistic* dengan *rule of thumb* $> 1,645$ dan *p-value* dengan *rule of thumb* $> 0,05$.

4. Results and Discussion

Rencana awal jumlah sampel minimal yang digunakan dalam penelitian sebanyak 250 responden. Namun responden yang dinilai bersedia dan memenuhi kriteria penelitian hanya 241 responden. Sehingga *response rate* yang diperoleh sebesar 96%.

4.1 Profil Responden

Tabel 1. Profil Responden

Pertanyaan		Jumlah	Presentase
Gender	Pria	123	51%
	Wanita	118	49%
Usia	17-25 tahun	233	96,7%
	26-35 tahun	5	2,1%
	36-42 tahun	0	0%
	>43 tahun	3	1,2%
Pekerjaan	Mahasiswa	181	75,1%
	Karyawan	45	18,7%
	Wiraswasta	14	5,8%
	Lainnya	1	0,4%
Domisili	Jakarta	117	48,5%

Likert dimana nilai 1 untuk tidak setuju dan 5 untuk sangat setuju.

	Bogor	3	1,2%
	Depok	3	1,2%
	Tangerang	115	47,7%
	Bekasi	3	1,2%
	Lainnya	0	0%

Sumber: Hasil Pengolahan Data PLS (2023)

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Terdapat 10 indikator yang dihapus karena dinilai tidak memenuhi syarat karena nilai *outer loading* dibawah 0,7. Maka indikator PL1, PL2, PL4, PL5, PL8, CT1, CT2, CT4, CT5 dan KK3 dihapus dan dilakukan pengujian ulang. Setelah melakukan pengujian ulang seluruh variabel dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai *outer loading* yang memenuhi syarat yaitu, diatas 0,7. Nilai AVE $> 0,5$ akan dinyatakan valid (Hair et al., 2011) Seluruh variabel dinyatakan valid karena memiliki nilai AVE yang memenuhi syarat yaitu, diatas 0,5. Nilai *Composite Reliability* $> 0,7$ akan dinyatakan valid (Hair et al., 2011) Seluruh variabel dinyatakan valid karena memiliki nilai *Composite Reliability* yang memenuhi syarat yaitu, lebih besar dari 0,7.

Tabel 2. Pengukuran Validitas and Reliabilitas

Constructs & Item	Outer Loading
Performa Logistik (CR= 0,938, AVE= 0,715)	
Tanggal penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan saya.	0,822
Rak di Alfamart terisi dengan baik.	0,863
Jumlah keranjang di Alfamart cukup.	0,855
Saya senang dengan jumlah persediaan barang di Alfamart selama kunjungan	0,855
	0,818
Terdapat informasi terkait dengan karakteristik produk di Alfamart	0,877

Harga yang tertera di rak sesuai dengan harga di kasir.	0,839
Constructs & Item	Outer Loading
Citra Toko (CR= 0,890, AVE= 0,802)	
Tata letak rak toko sangat jelas.	0,904
Jika terjadi masalah pembelian dengan saya karyawan Alfamart akan mencari solusi bagi konsumen.	0,886
Constructs & Item	Outer Loading
Kepuasan Konsumen (CR= 0,895, AVE= 0,740)	
Saya senang telah memilih toko Alfamart.	0,861
Saya puas dengan kunjungan saya ke toko Alfamart.	0,831
Saya tidak kecewa mengunjungi toko Alfamart.	0,887
Constructs & Item	Outer Loading
Loyalitas Konsumen (CR= 0,916, AVE= 0,731)	
Saya sangat menganjurkan keluarga saya untuk mengunjungi toko Alfamart.	0,842
Saya akan merekomendasikan toko Alfamart ini kepada siapa saja yang meminta saran saya.	0,847
Saya akan terus mengunjungi toko Alfamart ini selama beberapa bulan kedepan.	0,872
Saya akan mempertimbangkan toko Alfamart ini sebagai pilihan pertama saya pada waktu ingin membeli suatu produk.	0,860
Notes: CR = Composite Reliability; AVE = Average Variance Extract	

Sumber: Hasil Pengolahan Data PLS (2023)

Nilai akar kuadrat AVE pada masing-masing variabel lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi konstruk pada variabel latennya (Hair et al, 2011). Dengan demikian, tabel dibawah telah memenuhi syarat sehingga dinyatakan valid.

Tabel 3. Validitas Diskriminan

	CT	KK	LK	PL
CT	0,895			
KK	0,806	0,860		
LK	0,695	0,765	0,855	
PL	0,830	0,829	0,737	0,846

Note: CT (Citra Toko), KK (Kepuasan Konsumen), LK (Loyalitas Konsumen), PL (Performa Logistik)

Sumber: Hasil Pengolahan Data PLS (2023)

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menunjukkan korelasi antar indikator. Pada umumnya, nilai VIF < 5 akan dinyatakan valid (Hair et al., 2011). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

Tabel 5. VIF

	CT	KK	LK	PL
CT		3,210		
KK			1,000	
LK				1,000
PL	1,000	3,210		

Note: CT (Citra Toko), KK (Kepuasan Konsumen), LK (Loyalitas Konsumen), PL (Performa Logistik)

Sumber: Hasil Pengolahan Data PLS (2023)

Nilai *r-square* menjelaskan seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Pada umumnya, *r-square* dengan nilai 0,25 dikategorikan lemah, 0,50 dikategorikan moderate dan 0,75 dikategorikan substantial (Hair et al., 2011). Citra toko dipengaruhi oleh performa logistik sebesar 68,8% dan sisanya 31,2% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Kepuasan dipengaruhi oleh performa logistik dan citra toko sebesar 73,2% dan sisanya 26,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Loyalitas dipengaruhi oleh kepuasan sebesar 48,4% dan sisanya 51,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Tabel 4. R Square

	R-square	Keterangan
CT	0,688	moderate
KK	0,732	moderate
LK	0,484	moderate

Sumber: Hasil Pengolahan Data PLS (2023)

Pengujian *Importance performance Map* (IPMA) dilakukan untuk menentukan variabel mana yang termasuk dalam *high performance*, *low performance*, *high importance* dan *low importance*.

Tabel 6. IPMA

	LV Perform ance	Import ance	Hasil IPMA	PL
PL	70,487	0,635	HP/HI	
CT	60,072	0,288	LP/LI	
KK	53,221	0,765	LP/HI	
LK	62,716			
average	61,624	0,562		
Note: CT (Citra Toko), KK (Kepuasan Konsumen), LK (Loyalitas Konsumen), KK (Kepuasan Konsumen)				

Sumber: Hasil Pengolahan Data PLS (2023)

4.3 Pengujian hipotesis

Tabel 7 menunjukkan hasil dari uji hipotesis dimana semua hipotesis didukung karena memiliki nilai p-value dibawah 0,000.

H	Jalur	P-value	Hasil
H1	PL → KK	0,000	Didukung
H2	PL → CT	0,000	Didukung
H3	CT → KK	0,000	Didukung
H4	KK → LK	0,000	Didukung

Sumber: Hasil Pengolahan Data PLS (2023)

5. Conclusion

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian, dapat disimpulkan bahwa Performa Logistik berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen, Performa Logistik berpengaruh positif terhadap Citra Toko, Citra Toko berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen dan Kepuasan Konsumen berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen.

5.2 Implikasi

5.2.1 Teoritis

Dalam penelitian ini, hipotesis pertama menunjukkan bahwa Performa Logistik berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Hal tersebut sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ghoumrassi & Tigu (2017), Huma et al. (2019), Khairi & Cahyadi (2023), Ltifi & Gharbi (2015) dan Umair et al. (2019) yang menunjukkan bahwa performa logistik

berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini, hipotesis kedua menunjukkan bahwa Performa Logistik berpengaruh positif terhadap Citra Toko. Hal tersebut sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Daniel (2014), Ltifi & Gharbi (2015), Ozoglu & Erdemir (2021), Umair et al. (2019), dan Warewanich et al. (2019) yang menunjukkan bahwa performa logistik berpengaruh positif terhadap citra toko.

Dalam penelitian ini, hipotesis ketiga menunjukkan bahwa Citra Toko berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Hal tersebut sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chrissanda (2020), Darmawan et al. (2020), Kamaliono et al. (2020), Maolani (2022) dan Sarpan et al. (2023) yang menunjukkan bahwa citra toko berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini, hipotesis keempat menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen. Hal tersebut sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ettah & Pondaag (2019), Oktaviani (2019), Sucihati & Suhartini (2022), Supertini et al. (2020) dan Widjaja et al. (2019) yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

5.2.2 Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini Performa Logistik berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen dan Citra Toko Alfamart. Untuk meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Citra Toko Alfamart harus meningkatkan Performa Logistik. Manajemen Alfamart dapat memastikan ketersediaan produk di rak mampu terisi dengan baik. Memeriksa stok secara berkala. Menyediakan produk dengan tanggal penggunaan yang sesuai dan memastikan setiap harga yang tertera di rak sesuai dengan harga di kasir.

Berdasarkan hasil penelitian ini Citra Toko berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Untuk meningkatkan Kepuasan konsumen, Alfamart harus meningkatkan Citra Toko. Dengan demikian Alfamart dapat

Berdasarkan hasil penelitian ini Kepuasan Konsumen berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen. Untuk meningkatkan Loyalitas Konsumen, Alfamart harus meningkatkan Kepuasan Konsumen. Dengan demikian manajemen Alfamart dapat meningkatkan pengalaman, mencari solusi bagi konsumen jika terjadi masalah pembelian and mengedepankan kualitas layanan yang baik. Dengan demikian konsumen akan merasa senang, puas dan tidak kecewa pada waktu mengunjungi toko Alfamart

5.3. Keterbatasan penelitian

Berikut adalah batasan dalam penelitian ini. Pertama, penelitian yang dilakukan hanya berfokus kepada satu objek penelitian saja yaitu Alfamart bukan industri ritel lainnya yang ada di Indonesia. Kedua, pemilihan jumlah sampel yang diperoleh masih terbatas karena hanya di Jabodetabek. Dengan demikian, generalisasi responden dari wilayah lain terbatas. Ketiga, penelitian yang dilakukan hanya membahas seputar Performa Logistik, Citra Toko, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen.

5.4 Saran untuk penelitian selanjutnya

Setelah mempertimbangkan keterbatasan yang diuraikan dalam penelitian ini, beberapa rekomendasi diberikan untuk penelitian selanjutnya. Pertama, meneliti industri ritel lainnya. Kedua meningkatkan jumlah sampel. Memperluas pengambilan sampel secara merata hingga ke luar pulau Jawa. Ketiga, menambah variabel baru baik itu variabel independen atau dependen untuk memperkuat hasil penelitian ini.

memastikan bahwa pengaturan tata letak toko itu jelas dan menarik perhatian konsumen. Jika terjadi masalah terkait dengan pembelian, karyawan Alfamart akan bertanggung jawab dalam memberi solusi.

Chrissanda, C. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas produk, Dan Citra Toko Terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Widya Ganecwara*, 10(4). <https://doi.org/10.36728/jwg.v10i4.1217>

Daniel, D. (2014). Pengaruh in Store Logistic Performance Terhadap Customer Loyalty Melalui Store Image Customer Satisfaction (Studi Pada Hypermart Gading Serpong).

Darmawan, K. G., Yulianthini, N. N., & Mahardikha, A. A. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Toko Terhadap kepuasan konsumen. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 74. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26202>

Ettah, N. P., & Pondaag, J. J. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Mobil Pada Pt. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal Emba*, 7, 3069–3078.

F. Hair Jr, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/eb-10-2013-0128>

Ghoumrassi, A. and Tigu, G. (2017) ‘The impact of the logistics management in Customer Satisfaction’, *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 11(1), pp. 292–301.

Gofur, A. (2019). *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi Uniat*. Pengaruh Kualitas Pelayanan

REFERENCES

- Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, 4, 37–44.
- Huma, S., Ahmed, W., Ikram, M., & Khawaja, M. I. (2019). The effect of logistics service quality on customer loyalty: Case of Logistics Service Industry. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(1), 43–61. <https://doi.org/10.1108/sajbs-10-2018-0114>
- Kamaliono, M., Adam, R. P., & Parani, S. B. (2020). Pengaruh citra Toko Terhadap kepuasan Pelanggan Berbelanja Pada distro BATTLEBOOM store di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 3(3), 237–248. <https://doi.org/10.22487/jimut.v3i3.91>
- Khairi, L. I., & Cahyadi, E. R. (2023). Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer loyalty Pada Pengguna Jne Dan J&T Express di Jabodetabek. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.9.2.671>
- Kusumastuti, D. (2014). Peranan Manajemen Logistik dalam Organisasi Publik. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Ltifi, M., & Gharbi, J. (2015). The effect of logistics performance in retail store on the happiness and satisfaction of consumers. *Procedia Economics and Finance*, 23, 1347–1353. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00516-x](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00516-x)
- Maolani, F., & Hartelina. (2022). Dampak Citra dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Konsumen. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Nurullaili, N., & Wijayanto, A. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi loyalitas Konsumen Tupperware (Studi Pada konsumen tupperware di Universitas Diponegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.14710/jab.v2i1.5357>
- Oktaviani, G. (2019). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pt. Gita Rifa Express.
- Ozoglu, B., & Erdemir, M. B. (2021). The effect of logistics performance on marketing performance and customer satisfaction: A research on manufacturing companies. *Business & Management Studies: An International Journal*, 9(3), 994–1011. <https://doi.org/10.15295/bmij.v9i3.1860>
- Putri, A., & Ferdinand, A. (2016). Analisis Pengaruh Citra Toko Dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Pembelian Padatoko H.A Laury Di Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 5.
- Sarpan, Alam, I. K., & Bida Sari. (2023). Pengaruh Citra Toko, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Buku Gramedia Matraman. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4, 11–22.
- Siagian, Y. M. (2007). Analisis Pengaruh Pelaksanaan supply chain Dan Logistik TERHADAP Kinerja Perusahaan Manufaktur. *Media Riset Bisnis & Manajemen*, 7(2), 215–233. <https://doi.org/10.25105/mrbm.v7i2.1053>
- Soliha, E. (2008). Analisis Industri Ritel Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 15, 128–142.
- Srivastava, M. (2015). Influencers of Customer Satisfaction - Customer Loyalty Relationship: A Conceptual Research Model, 7(1), 54–65.
- Sucihati, & Suhartini. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap loyalitas konsumen di pt. Asuransi Ramayana Serang. *Jurnal Manajemen Perusahaan*, 1(1), 14–22.
- Supertini, N. P., Telagawati, N. L., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap loyalitas Pelanggan Pada

- pusaka kebaya di singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61–73.
<https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>
- Umair, A. S., Zhang, W., Han, Z., & Haq, S. H. (2019). Impact of logistics management on customer satisfaction: A case of retail stores of Islamabad and Rawalpindi. *American Journal of Industrial and Business Management*, 09(08), 1723–1752.
<https://doi.org/10.4236/ajibm.2019.98113>
- Wareewanich, T., Sukpasjaroen, K., Chankoson, T., & Ruaengmaneeya, N. (2019). Customer Relationship Management (CRM) and Logistic Customer Satisfaction. *Int. J. Sup. Chain. Mgt*, 8, 211–221.
- Widjaja, A., Astuti, W., & Manan, A. (2019). The relationship between customer satisfaction and loyalty: Evidence on online transportation services in Indonesia. *International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering*, 5(4), 214–222.
<https://doi.org/10.31695/ijasre.2019.33166>