

---

# **Pengaruh kepuasan pelanggan dan citra toko terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Bangunan Cahaya Abadi Desa Balongsari Megaluh Jombang.**

Widya Luthfiah Irwana

(Program Studi Pendidikan Ekonomi, STKIP PGRI Jombang)

e-mail: [widyaluthfiahirwana@gmail.com](mailto:widyaluthfiahirwana@gmail.com)

**ABSTRAK:** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan dan citra toko terhadap loyalitas pelanggan di toko bangunan Cahaya Abadi Balongsari Megaluh Jombang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan kuesioner atau angket sebagai alat pengumpulan data. Metode pengambilan sampel dengan teknik total sampling. Pengolahan data untuk penelitian ini menggunakan bantuan program komputer yaitu SPSS dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan citra toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, serta kepuasan pelanggan dan citra toko secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Besarnya pengaruh kepuasan pelanggan dan citra toko sebesar 31,7% sedangkan sisannya dikontribusikan oleh variabel lainnya diluar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini.

**Kata kunci** – Kepuasan pelanggan, Citra Toko, Loyalitas Pelanggan.

**ABSTRACT :** The purpose of this study was to determine how the influence of customer satisfaction and store image on customer loyalty in the Cahaya Abadi Balongsari Megaluh Jombang building shop. This study uses a quantitative approach using a questionnaire or questionnaire as a data collection tool. The sampling method was total sampling technique. Processing data for this study using the help of a computer program, namely SPSS using multiple linear regression analysis. The results showed partially that customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty, and store image has a positive and significant effect on customer loyalty, and customer satisfaction and store image simultaneously have a positive and significant effect on customer loyalty. The amount of influence of customer satisfaction and store image is 31.7%, while the sisan is contributed by other variables outside the independent variables used in this study.

**Kata kunci** – Customer satisfaction, Store Image, Customer Loyalty.

## **PENDAHULUAN**

Loyalitas pelanggan memegang peranan penting dalam toko atau organisasi bisnis, ketika kompetisi bisnis yang semakin ketat seperti ini. Pentingnya loyalitas pelanggan bagi perusahaan sudah tidak diragukan lagi, sebab banyak toko sangat berharap dapat mempertahankan pelanggannya dalam jangka panjang, bahkan jika mungkin untuk selamanya. Karena dengan adanya loyalitas pelanggan dapat memberikan keuntungan finansial yang terus menerus atau keuntungan jangka panjang bagi toko, serta perilaku positif terhadap toko. Organisasi bisnis atau usaha yang mampu mengembangkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan akan memperoleh kesuksesan jangka panjang atas usaha yang dilakukan.

Ketidakmampuan toko merespon persaingan atau kondisi pasar yang ada secara tepat dapat menurunkan loyalitas bahkan dapat berakibat pelanggan berpindah kepada bisnis atau usaha yang lain tetapi sejenis (Widayanto, 2015: 1). Sehingga untuk mempertahankan pelanggan merupakan

---

kegiatan yang penting untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap organisasi bisnis atau usaha, terutama pada bisnis ritel.

Menurut Griffin 2002 (dalam Dewastuti, 2017: 32) Loyalitas mengacu pada perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa perusahaan yang dipilih. Loyalitas pelanggan memiliki peranan penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan kinerja kelangsungan hidup perusahaan. Hal tersebut juga menjadi alasan utama bagi toko untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor Marconi 2007 (dalam Handani, 20015: 11) yaitu nilai (harga dan kualitas), citra (baik dari kepribadian yang dimilikinya, dan reputasi dari merk tersebut), kenyamanan dan kemudahan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa, kepuasan, pelayanan, garansi dan jaminan yang diberikan perusahaan. Penelitian ini mencoba melihat keterkaitan variabel kepuasan pelanggan dan citra toko sebagai variabel independen dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu dari tujuan pemasaran yang secara dekat dihubungkan dengan loyalitas pelanggan. Jika pelanggan merasa puas dengan suatu produk atau jasa, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya. Kepuasan pelanggan berhubungan erat dengan loyalitas pelanggan dan sangat berpengaruh pada *profitabilitas* (Matzler, 2005 dalam Irnandha, 2016:12). Kepuasan pelanggan memiliki berbagai manfaat yang hampir sama dengan loyalitas pelanggan dalam kontribusinya terhadap organisasi bisnis atau usaha. Manfaat-manfaat tersebut meliputi (Krisdayanti, 2017:40): meningkatkan jumlah pelanggan, memperbaiki citra toko, mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, terciptanya hubungan yang harmonis antara toko dan pelanggan.

Pemberian kepuasan kepada para pelanggan adalah strategi pertahanan yang paling baik untuk melawan para pesaing bisnis. Usaha bisnis ritel yang memiliki banyak pesaing apabila berhasil menjaga kepuasan para pelanggannya, maka akan memperoleh keunggulan bersaing. Para pelanggan yang puas biasanya lebih setia, lebih sering membeli, dan rela membayar lebih banyak untuk membeli produk atau jasa dari usaha tersebut. Kepuasan pelanggan pada akhirnya dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada suatu usaha bisnis.

Dengan terciptanya rasa puas dari pelanggan akan meningkatkan citra toko. Adanya citra positif dari pelanggan akan meningkatkan citra toko yang lebih baik dan sebaliknya. Menurut Ruslan 1994 (dalam Dewastuti, 2017:4), citra toko bersifat abstrak tetapi wujudnya bisa dirasakan dari penilaian, baik penghargaan dan rasa hormat dari publik terhadap toko yang dilihat sebagai suatu badan usaha yang baik, dipercaya, profesional, dan dapat diandalkan dalam pemberian pelayanan yang baik

Dalam menjaga loyalitas pelanggan selain strategi memberikan kepuasan pada pelanggan dapat dilakukan juga dengan cara menjaga citra toko yang baik pada pelanggan. Nguyen (2001, dalam Hidayatullah 2013) menyatakan citra perusahaan berhubungan dengan fisik dan atribut yang berhubungan dengan perusahaan seperti nama, bangunan, produk/jasa, untuk mempengaruhi kualitas yang dikomunikasikan oleh setiap orang supaya tertarik dengan perusahaan. Citra dipengaruhi oleh banyak faktor diluar kontrol perusahaan. Toko atau usaha yang baik dimata pelanggan akan meningkatkan loyalitas dan akan dikenal oleh pelanggan lainnya.

Di Desa Balongsari Kecamatan Megaluh Kabupaten Jombang terdapat salah satu bisnis atau usaha dalam bidang bisnis ritel yaitu Toko Bangunan "Cahaya Abadi". Toko tersebut sudah berdiri

selama dua tahun yaitu tahun 2017-2019. Namun dari hasil observasi melalui nota penjualan Agustus 2018 sampai Agustus 2019, diketahui jumlah pelanggan mengalami fluktuatif yaitu jumlah pelanggan naik turun. Hal tersebut disebabkan karena pada tahun 2018 ada dua toko yang sejenis mendirikan toko di desa Balongsari. Sehingga pelanggan terbagi ke tiga toko dan mengakibatkan jumlah pelanggan pada Toko Bangunan "Cahaya Abadi" menurun.

Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Citra Toko terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi kasus pada Toko Bangunan "Cahaya Abadi" di Dusun Kedungsari, Desa Balongsari, Kecamatan Megaluh, Kabupaten Jombang)".

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan bentuk harapan suatu perusahaan atau organisasi bisnis/usaha kepada pelanggan dalam timbal balik dari kinerja yang diberikan oleh perusahaan untuk pelanggan. Pemberian kepuasan kepada para pelanggan adalah strategi pertahanan yang paling baik untuk melawan para pesaing bisnis.

Menurut Tjiptono (2011:292), mendefinisikan kepuasan adalah upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Kepuasan sendiri merupakan gambaran ataupun perasaan seseorang atau pelanggan dalam hal yang telah ia capai atau peroleh. Adanya rasa puas yang dialami oleh pelanggan akan membuahkan makna yang baik yaitu pelanggan akan melakukan pembelian ulang.

Menurut Kotler (2002:25) bahwa untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima indikator yang harus diperhatikan yaitu kualitas produk, kualitas layanan, emosional, harga, serta biaya dan kemudahan.

### **Citra Toko**

Menurut Kotler (2002) citra toko merupakan sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu obyek sangat dikondisikan citra dari obyek tersebut. Citra toko merupakan persepsi pelanggan atau perasaan pelanggan terhadap suatu toko maka hal yang samapun dapat dipandang berbeda oleh pelanggan. Masing-masing pelanggan mempunyai persepsi yang berbeda antara toko yang satu dengan yang lainnya tergantung dari citra setiap toko. Walaupun begitu, menciptakan sebuah citra yang baik bagi pelanggan adalah tugas yang tidak mudah. Citra adalah bayangan atau gambaran yang ada di benak pelanggan karena emosi dan reaksi terhadap lingkungan sekitarnya.

Citra toko merupakan sebagai konsep multidimensi yang dilihat pelanggan pada toko retail. Citra toko diukur dengan dimensi-dimensi dimana terdapat 7 (tujuh) faktor yang berkaitan dengan citra toko yang dipakai pada penelitian sebelumnya (Elistia, 2008:42), yaitu Kenyamanan, Lokasi, Harga yang bersaing, Harga yang pantas, Keragaman merk produk, Keragaman jenis produk, dan Kualitas produk. Selain faktor-faktor yang dapat mempengaruhi citra toko, terdapat indikator citra toko bahwa informasi yang lengkap mengenai citra toko meliputi empat elemen sebagai berikut (Harrison dalam Pandiangan,2018:3) : Kepribadian, Reputasi, Nilai, dan Identitas Toko.

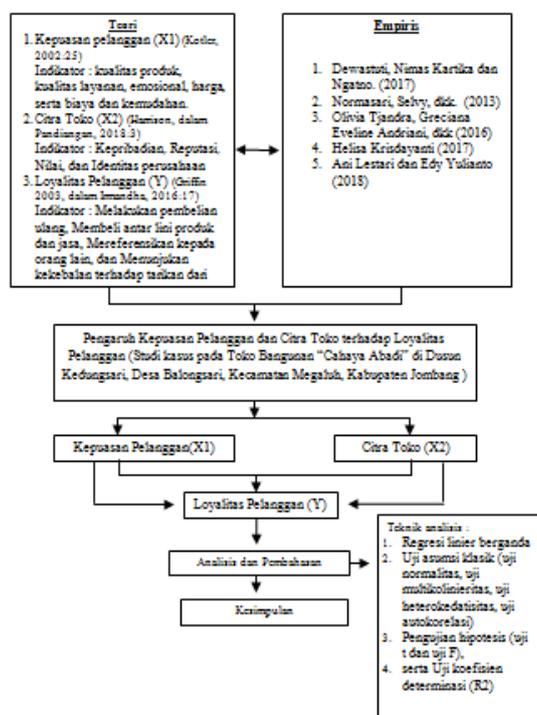
### **Loyalitas Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2011) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merk, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Dari pengertian tersebut diartikan bahwa kesetiaan terhadap merk diperoleh karena adanya kombinasi dari

kepuasan dan keluhan. Sedangkan kepuasan pelanggan hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh pelanggan. Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis sehingga memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap merk serta membuat suatu rekomendasi dari mulut kemulut.

Menurut Griffin 2003 dalam (Irnandha, 2016:17) loyalitas pelanggan merupakan ukuran yang lebih dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan keuangan. Indikator-indikator loyalitas dapat dilihat dari : melakukan pembelian ulang, Membeli antar lini produk dan jasa, Mereferensikan kepada orang lain, Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

**Kerangka Konsep Penelitian**



Berdasarkan kerangka konseptual, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H1 = Ada pengaruh yang signifikan variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada toko bangunan “Cahaya Abadi” di Dusun Kedungsari Desa Balongsari Megaluh Jombang.
2. H2 = Ada pengaruh yang signifikan variabel citra toko terhadap loyalitas pelanggan pada toko bangunan “Cahaya Abadi” di Dusun Kedungsari Desa Balongsari Megaluh Jombang.
3. H3 = Ada pengaruh yang signifikan variabel kepuasan pelanggan dan citra toko terhadap loyalitas pelanggan pada toko bangunan “Cahaya Abadi” di Dusun Kedungsari Desa Balongsari Megaluh Jombang

**METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Uji Regresi Linier Berganda yang tujuannya adalah untuk menjelaskan ada tidaknya Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Citra Toko terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Bangunan “Cahaya Abadi” di Dusun Kedungsari, Desa Balongsari, Kecamatan Megaluh, Kabupaten Jombang. Dalam hal ini populasi yang peneliti gunakan

dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang pernah berbelanja di toko bangunan “Cahaya Abadi” Dsn. Kedungsari, Ds. Balongsari, Kec. Megaluh, Kab Jombang selama satu tahun dalam periode Agustus 2018 sampai Agustus 2019, yaitu sebanyak 77 pelanggan.

Karena jumlah populasi dalam penelitian ini kurang dari 100, maka sampel dalam penelitian ini merupakan penelitian populasi. Hal ini didasarkan pada pendapat Arikunto (2006:112, dalam Lestari, 2018), bahwa : Untuk sekedar ancer-ancer maka apabila subyeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subyeknya besar dapat diambil rata-rata 10%-15% atau 20%-25% atau lebih. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel dengan teknik Total Sampling. Metode pengumpulan data peneliti yaitu metode observasi, metode wawancara, angket, dan dokumentasi. Setiap indikator penelitian diukur dengan menggunakan skala likert 1-5 poin skala dan tingkat persetujuan dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju. Penelitian ini menggunakan uji validasi dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji regresi linier berganda, dan uji R square.

## **PEMBAHASAN**

Karakteristik responden dalam penelitian ini digambarkan berdasarkan frekuensi berkunjung. Berdasarkan hasil penelitian yang tertera pada tabel 1 sebanyak 71,43% berkunjung lebih dari dua kali dan 28,57% berkunjung dua kali. .

Tabel 1. Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Berkunjung

Frekuensi Berkunjung	Berkunjung	Presentase
Dua kali	22	28,57%
> dua kali	55	71,43%
Total	77	100%

Sumber: Data olahan, 2020

Hasil tanggapan responden terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan indikator kualitas produk, kualitas layanan, emosional, harga, serta biaya dan kemudahan memiliki hasil tanggapan yang reratanya adalah sangat tinggi atau sangat baik. Variabel Citra Toko menunjukkan rerata yang sangat baik juga untuk indikator kepribadian, reputasi, nilai, identitas perusahaan. Loyalitas pelanggan juga memiliki hasil rerata sangat baik berdasarkan tanggapan responden dari keseluruhan indikatornya, yaitu melakukan pembelian ulang, membeli antar lini produk dan jasa , menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dengan bantuan SPSS versi 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

## **PENGUJIAN HIPOTESIS**

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis

	Kepuasan Pelanggan	Citra Toko
t hitung	2,150	4,854
Sig	0,35	0,000
F hitung	17,167	
Sig	0,000	
R square	0,317	

Berdasarkan tabel output SPSS Coefficients diatas diketahui nilai signifikan (Sig) variabel Kepuasan Pelanggan (X1) adalah sebesar  $0,035 < \text{Sig } 0,05$  dan  $t$  hitung kepuasan pelanggan sebesar  $2,150 > t$  tabel yaitu 1,993, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y). Sedangkan variabel Citra Toko (X2) adalah sebesar  $0,000 < \text{Sig } 0,05$  dan  $t$  hitung citra toko sebesar  $4,854 > t$  tabel yaitu 1,993, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat artikan bahwa variabel Citra Toko (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y).

Secara simultan dapat diketahui bahwa nilai Signifikansi sebesar  $0,000 < (\text{Sig } 0,05)$  dan nilai  $F$  hitung sebesar  $17,167 > F$  tabel 3,119, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara kepuasan pelanggan (X1) dan citra toko (X2) secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan (Y). diketahui nilai R Square sebesar 0,317. Hasil tersebut berarti kontribusi kedua variabel bebas atau independen yaitu kepuasan pelanggan (X1) dan citra toko (X2) yang disertakan dalam persamaan regresi terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 31,7% sedangkan lainnya dikontribusikan oleh variabel lainnya diluar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.  
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.892	7.214		.817	.417		
KEPUASAN PELANGGAN	.225	.105	.212	2.150	.035	.953	1.050
CITRA TOKO	.419	.086	.478	4.854	.000	.953	1.050

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Sumber : SPSS, diolah peneliti 2020

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa a (konstanta) adalah 5,892. Sedangkan koefisien **b1** untuk **X1** adalah 0,225 dan **b2** untuk **X2** adalah 0,419, sehingga bentuk persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = a + b1X1 + b2X2$$

$$Y = 5,892 + 0,225X1 + 0,419X2$$

Penjelasan persamaan regresi linier berganda diatas adalah sebagai berikut untuk nilai Konstanta (a) yaitu 5.892 bernilai positif, artinya menunjukkan pengaruh positif. Ini berarti apabila variabel Kepuasan Pelanggan dan Citra Toko mengalami peningkatan maka Loyalitas Pelanggan akan mengalami peningkatan. Hal ini dikarenakan nilai konstanta bernilai positif. Untuk mengetahui pengaruh antara Kepuasan Pelanggan (X1) dan Loyalitas Pelanggan (Y) di Toko bangunan Cahya Abadi dapat dilihat pada besarnya **b1** untuk **X1** adalah 0,225, artinya setiap kenaikan satu satuan Kepuasan Pelanggan akan diikuti oleh Loyalitas Pelanggan sebesar 0,225 dengan asumsi nilai variabel Citra Toko tetap. Untuk mengetahui pengaruh antara Citra Toko (X2) dan Loyalitas Pelanggan (Y) di

Toko bangunan Cahaya Abadi dapat dilihat pada besarnya  $b_2$  untuk  $X_2$  adalah 0,419, artinya setiap kenaikan satu satuan Citra Toko akan diikuti oleh Loyalitas Pelanggan sebesar 0,419 dengan asumsi nilai variabel Kepuasan Pelanggan tetap.

Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini sebanding dengan penelitian yang dilakukan oleh (Krisdayanti, 2017) yang menyatakan kepuasan yang dirasakan pelanggan dapat mempertahankan atau meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam menjaga kepuasan pelanggan agar pelanggan menjadi loyal, toko bangunan Cahaya Abadi juga menjaga kualitas layanannya yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada pelanggan dari awal hingga akhir. Dengan menjaga pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, dapat membuat pelanggan terkesan sehingga pelanggan akan merasa puas, terbantu dan berminat membeli bahan bangunan. Berdasarkan hasil penelitian, semua indikator memiliki rerata yang sangat baik, sehingga kepuasan pelanggan dapat dikatakan baik.

Citra toko berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini sebanding dengan Dewastuti, 2017 yang menyatakan citra toko yang baik akan mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Kepribadian pihak toko mulai dari pemilik dan karyawan selalu memberikan yang terbaik untuk setiap pelanggannya dan masyarakat sekitar. Tanggungjawab yang diberikan oleh pihak toko berhasil membuat citra toko bangunan Cahaya Abadi memiliki citra yang baik di Masyarakat, serta penilaian dari pelanggan untuk toko bangunan Cahaya Abadi juga sangat baik. Berdasarkan hasil penelitian, penilaian indikator citra toko dari responden memiliki rerata yang sangat baik dengan demikian dapat disimpulkan bahwa citra toko yang baik akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan dan citra toko berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Elistia, 2018 bahwa dengan menjaga kepuasan pelanggan dan citra toko yang baik pada masyarakat dapat menarik pelanggan untuk melakukan pembelian ulang di toko. Meskipun harga barang mengalami kenaikan pelanggan juga tetap melakukan pembelian ditoko bangunan Cahaya Abadi. Pelanggan juga tidak hanya membeli satu jenis barang maupun jasa yang ditawarkan oleh pihak toko. Adanya kepercayaan dari pelanggan membuat pelanggan tetap melakukan pembelian ditoko bangunan Cahaya Abadi meskipun ada tarikan dari toko yang sejenis. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dan citra toko yang tepat akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pembahasan dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini bahwa ada pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan di Toko Bangunan Cahaya Abadi Desa Balongsari Megaluh Jombang. Ada pengaruh variabel citra toko terhadap variabel Loyalitas Pelanggan di Toko Bangunan Cahaya Abadi Desa Balongsari Megaluh Jombang. Serta secara silmultan ada pengaruh variabel kepuasan pelanggan dan citra toko terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y) di Toko Bangunan Cahaya Abadi Desa Balongsari Megaluh Jombang.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, serta kesimpulan yang diperoleh, ada saran-saran yang bisa peneliti berikan, yaitu bahwa secara umum hasil penilaian responden terhadap kepuasan pelanggan dan citra toko terhadap loyalitas pelanggan di toko bangunan Cahaya Abadi sudah baik, hal ini berarti pihak dari toko bangunan perlu mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas mereka agar dapat menjadi yang lebih baik lagi. Hal ini dapat dilakukan dengan cara

memperbaiki emosional pihak toko (pemilik dan karyawan) terhadap pelanggan, melengkapi identitas toko supaya pembeli dapat melihat jelas identitas toko, menambah kelebihan toko yang dimiliki dari pada toko yang sejenis agar pelanggan kebal dengan tarikan dari pesaing, dan lain sebagainya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dewastuti, Nimas Kartika dan Ngatno. 2017. Pengaruh Harga Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Inervening (Studi Pada Giant Kota Semarang). *Diponegoro journal of social and political*, (Online), 1 (1): 1-7,(<https://ejournal3.undip.ac.id/>) , diunduh 06 November 2019.
- Elistia. 2008. *Pengaruh Citra Toko, Privatebrand, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Supermarket*. Disertasi diterbitkan. Jakarta, Indonesia: Universitas Indonesia ESA Unggul
- Handani, Susanto. 2015. *Pengaruh Kepuasan, Kualitas, dan Merek Terhadap Loyalitas Mahasiswa UNY dalam Pemakaian Sepatu "Specs"*. Disertasi tidak diterbitkan. Yogyakarta, Indonesia: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hidayatullah, Syarif. 2013. *Hubungan Citra Merk Dengan Loyalitas Pelanggan Im3 Dikalangan Mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Disertasi tidak diterbitkan. Malang, Indonesia: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Irmandha, Aris. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat*. Disertasi tidak diterbitkan. Yogyakarta, Indonesia: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kotler dan Philips. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, Indonesia: salemba Empat.
- Lestari, Ani dan Yulianto, Edy. 2018. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi (surve pada pelanggan citra kenedes cake & bakery Jl. S. Hatta B3 Kav. A, kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (Online)*, 54(1): 74-, (<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/>), diunduh 03 November 2019.
- Pandiangan, Tobia Sutejo. 2018. Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Dyan Graha Pekan Baru. *JOM FISIP*, (Online), 5 (1):1-13,(<https://jom.unri.ac.id/>) , diunduh 06 November 2019.
- Tjiptono, Fandy, Gergorius Chandra. 2011. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, Indonesia: CV. Andi Offset.
- Widayanto, Yudan. 2015. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Beras Cap Mangga Hijau Di Toko Kurnia Usaha Dampit)*. Disertasi tidak diterbitkan. Malang, Indonesia: UMM.