

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan industri otomotif di Indonesia semakin pesat seiring peningkatan jumlah kendaraan yang beroperasi di jalan. Kendaraan pribadi, khususnya mobil, telah menjadi sarana transportasi yang berkontribusi besar terhadap rutinitas masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Di tengah kesibukan sehari-hari yang padat, serta keharusan mengunjungi berbagai tempat seperti kantor, sekolah dan aktivitas sosial lainnya, membuat banyak orang untuk memiliki kendaraan yang cepat dan nyaman. Mobil tidak hanya memberikan kemudahan dalam bertransportasi, tetapi juga memberikan kenyamanan, terutama di saat lalu lintas yang padat. Akan tetapi, agar kendaraan pribadi dapat berfungsi dengan baik dan tidak mudah mengalami kerusakan, sangat penting untuk melakukan perawatan yang rutin dan berkualitas. Perawatan yang baik tidak hanya berfungsi untuk menjaga performa kendaraan, tetapi juga memastikan keselamatan pengemudi dan penumpang, sehingga mobil tetap dapat memberikan kenyamanan dan keandalan saat digunakan dalam berbagai perjalanan sehari-hari.

Fenomena ini secara langsung mempengaruhi permintaan akan suku cadang atau sparepart, yang menjadi kebutuhan krusial bagi pemilik kendaraan. Toko sparepart tidak hanya berperan sebagai penyedia komponen, tetapi juga sebagai pusat informasi dan solusi bagi pelanggan dalam merawat kendaraan mereka. Dikutip dari sebuah berita online (ojc.co.id) bisnis sparepart mobil merupakan salah

satu sektor yang menjanjikan, mengingat mobil menjadi aset penting bagi banyak orang. Dengan jumlah kendaraan yang terus bertambah, kebutuhan akan perawatan dan penggantian suku cadang juga meningkat signifikan. Ada beberapa alasan mengapa bisnis ini layak dipertimbangkan. Pertama, permintaan yang stabil dari pemilik mobil yang selalu membutuhkan perawatan dan penggantian suku cadang secara rutin menciptakan peluang pasar yang konsisten. Kedua, variasi produk yang dapat dijual sangat luas, mulai dari suku cadang yang umum hingga yang spesifik sesuai dengan jenis dan model mobil. Terakhir, potensi keuntungan dalam bisnis ini cukup besar, karena sparepart mobil seringkali memiliki margin keuntungan yang relatif tinggi, terutama jika mampu menyediakan produk berkualitas dengan harga yang bersaing. Dengan pertimbangan-pertimbangan ini, bisnis sparepart mobil dapat menjadi pilihan yang menarik bagi para pelaku usaha.

Meningkatnya kepemilikan kendaraan roda empat di kalangan masyarakat, khususnya di Kecamatan Senduro, Kabupaten Lumajang, membuka peluang usaha baru yang menjanjikan, seperti pengadaan sparepart mobil. Dalam konteks ini, tiga toko sparepart yaitu Jatmiko Motor, Ardi Motor dan Iyan Motor, hadir untuk memenuhi kebutuhan pemilik kendaraan. Ketiga toko ini menawarkan beragam jenis suku cadang yang diperlukan untuk perawatan dan perbaikan mobil. Mereka tidak hanya menyediakan produk umum, tetapi juga suku cadang yang spesifik untuk berbagai merek dan model mobil. Hal ini berkaitan dengan hasil penjualan yang menunjukkan pertumbuhan yang signifikan setiap bulannya. Berdasarkan data hasil penjualan ketiga toko tersebut yang tercantum dalam tabel 1.1 di bawah ini, dari bulan September 2024 hingga Januari 2025, terlihat bahwa meskipun tidak ada

lonjakan permintaan yang jelas namun tercatat penjualan yang tetap stabil. Data penjualan ini menunjukkan bagaimana ketiga toko tersebut berhasil memenuhi kebutuhan pemilik mobil di wilayah kecamatan Senduro. Data penjualan Jatmiko Motor, Ardi Motor dan Iyan Motor berdasarkan tabel 1.1 dinyatakan sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Penjualan September-Januari (2024-2025)

No	Bulan	Jatmiko Motor	Ardi Motor	Iyan Motor
1.	September 2024	Rp. 240.000.000	Rp. 94.518.500	Rp. 27.354.000
2.	Oktober 2024	Rp. 210.000.000	Rp. 76.131.500	Rp. 34.767.000
3.	November 2024	Rp. 180.000.000	Rp. 79.000.000	Rp. 26.673.000
4.	Desember 2024	Rp. 200.000.000	Rp. 71.919.000	Rp. 26.888.000
5.	Januari 2025	Rp. 180.000.000	Rp. 76.578.000	Rp. 35.169.000

Sumber: Jatmiko Motor, Ardi Motor dan Iyan Motor 2025

Peran ketiga toko ini sangat penting dalam mendukung pemilik mobil. Dengan menyediakan suku cadang yang berkualitas, mereka membantu masyarakat menjaga kendaraan mereka dalam kondisi baik. Hal ini tidak hanya membuat mobil berfungsi dengan optimal, tetapi juga meningkatkan keamanan saat berkendara. Selain itu, keberadaan ketiga toko sparepart ini memberikan kemudahan bagi pemilik mobil untuk mendapatkan produk yang mereka butuhkan tanpa harus pergi jauh. Dengan akses yang lebih mudah, pelanggan dapat dengan cepat menemukan suku cadang yang diperlukan untuk perawatan rutin atau perbaikan mendesak. Dengan bertambahnya jumlah kendaraan dan meningkatnya kesadaran perawatan mobil, bisnis sparepart di Kecamatan Senduro berpeluang besar untuk berkembang di masa depan. Toko-toko ini pun berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang lebih baik bagi pemilik kendaraan, dengan memastikan bahwa mereka dapat merawat mobil mereka dengan baik dan aman.

Industri sparepart mobil di kecamatan Senduro didukung oleh beberapa toko, namun penelitian ini khusus memilih Jatmiko Motor, Ardi Motor dan Iyan Motor. Meskipun ada banyak pilihan toko suku cadang mobil dan motor di kecamatan ini, ketiga toko ini dipilih karena menawarkan beragam suku cadang yang diperlukan untuk perawatan dan perbaikan mobil, termasuk suku cadang umum dan spesifik untuk berbagai merek dan model mobil. Pemilihan ketiga toko ini didasarkan pada beberapa kriteria, antara lain reputasi dan popularitas, di mana ketiga toko ini dikenal luas di kalangan pemilik kendaraan dan memiliki jumlah pelanggan yang signifikan. Selain itu, data penjualan menunjukkan bahwa ketiga toko tersebut memiliki penjualan yang stabil selama periode September 2024 hingga Januari 2025, menunjukkan kemampuan mereka dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara konsisten. Kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting, di mana ketiga toko ini memiliki catatan baik dalam memberikan pelayanan, baik dari segi kecepatan, ketepatan informasi, maupun sikap ramah staf. Pemilihan ketiga toko ini juga didasarkan pada potensi mereka untuk mengoptimalkan pelayanan baik secara fisik maupun digital, sehingga tetap relevan di mata pelanggan di era digital. Kami menyadari bahwa masih terdapat toko sparepart lain di kecamatan Senduro, namun pemilihan Jatmiko Motor, Ardi Motor, dan Iyan Motor dilakukan untuk memastikan penelitian ini dapat memberikan fokus yang mendalam pada toko-toko yang memiliki kontribusi signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di wilayah tersebut.

Namun di era digital ini, toko sparepart termasuk Jatmiko Motor, Ardi Motor dan Iyan Motor, menghadapi tantangan baru terkait dengan perubahan perilaku

konsumen. Semakin banyak pelanggan yang beralih belanja online, mencari suku cadang melalui platform E-commerce, dan memanfaatkan media sosial untuk mendapatkan informasi serta ulasan tentang produk. Toko sparepart yang tidak menyesuaikan diri dengan tren dapat menyebabkan kehilangan pangsa pasar yang signifikan. Maka dari itu, ketiga toko tersebut perlu secara maksimal meningkatkan kualitas pelayanan, baik di toko fisik maupun secara online, agar tetap relevan di mata pelanggan. Ini berarti mereka perlu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, seperti memberikan informasi yang jelas, responsif terhadap pertanyaan pelanggan, dan menawarkan kemudahan dalam proses pembelian. Dengan menggabungkan keunggulan pelayanan tradisional seperti berinteraksi langsung dengan pelanggan, dan memungkinkan pelanggan melihat produk secara langsung dengan inovasi digital, seperti menjual barang secara online dan menggunakan media sosial untuk promosi, agar Jatmiko Motor, Ardi Motor dan Iyan Motor dapat terus berkembang. Dengan strategi ini, ketiga toko sparepart di kecamatan Senduro tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan masyarakat modern, tetapi juga meningkatkan loyalitas pelanggan.

Setiap toko, yaitu Jatmiko Motor, Ardi Motor dan Iyan Motor, memiliki ciri khas tersendiri dalam penyediaan produk dan layanan. Namun, dengan banyaknya pilihan toko sparepart yang ada, persaingan di pasar menjadi semakin intens, sehingga setiap pelaku usaha perlu memenuhi kebutuhan pelanggan untuk menjaga loyalitas mereka. Dalam hal ini, penting untuk memperhatikan pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan. Kualitas pelayanan yang memuaskan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya

memperkokoh kepercayaan mereka pada toko. Ketiga elemen tersebut saling berkaitan dan berkontribusi signifikan terhadap terciptanya loyalitas pelanggan. Maka dari itu, sangat penting bagi ketiga toko sparepart mobil ini untuk fokus pada peningkatan kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan agar dapat bersaing dan menciptakan loyalitas yang kokoh di antara pelanggan mereka.

Dalam pemasaran, loyalitas pelanggan sangat penting untuk menjaga keberlanjutan usaha. Menurut Nuraeni et al (2019) loyalitas pelanggan merupakan salah satu sasaran utama bagi perusahaan dalam proses pengembangan usahanya. Pelanggan yang setia akan selalu mengutamakan perusahaan ini saat memilih layanan atau barang yang dibutuhkan. Selain itu, loyalitas pelanggan menggambarkan perspektif positif terhadap perusahaan, yang tercermin melalui kesediaan untuk terus berbelanja di kemudian. Hubungan ini dapat bertahan lama, meskipun dapat terputus jika terdapat ketidakcocokan. Atas dasar itu, loyalitas pelanggan memiliki keterkaitan yang kuat dengan tingkat kepuasan dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada mereka.

Dalam hal tersebut, layanan yang unggul menjadi salah satu elemen utama untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Seiring dengan meningkatnya jumlah toko sparepart mobil yang bermunculan, persaingan di sektor ini kian menjadi ketat. Para pelanggan kini dihadapkan pada beragam pilihan, dan mereka cenderung memilih toko yang mampu menawarkan layanan terbaik. Kualitas pelayanan yang unggul, termasuk kecepatan dalam melayani, akurasi informasi, serta sikap ramah dari staf, dapat menjadi faktor penentu yang signifikan. Oleh

karena itu, pemilik toko perlu berupaya memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan agar mampu bertahan di tengah kompetisi bisnis yang intens.

Pelayanan yang berkualitas berperan sebagai faktor utama dalam menarik perhatian pelanggan dan membangun kesetiaan mereka terhadap perusahaan. Selain itu, perusahaan perlu memiliki pemahaman yang baik terhadap harapan serta kebutuhan konsumennya. Melalui pemahaman mendalam tentang hal ini, perusahaan dapat memberikan saran berharga dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif, yang pada gilirannya akan membantu meningkatkan volume penjualan. Menurut Nuraeni et al., (2019) kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen utama dalam memikat minat pelanggan dan membangun loyalitas mereka terhadap perusahaan. Oleh karena itu, kemampuan perusahaan dalam merespons kebutuhan pelanggan secara efektif akan berdampak langsung pada peningkatan kinerja dan daya saing di pasar.

Selain kualitas pelayanan, faktor penting lain dalam menjaga loyalitas pelanggan yakni kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sendiri merupakan salah satu tujuan utama yang ingin dicapai oleh setiap pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya. Menciptakan kepuasan ini membawa berbagai manfaat bagi perusahaan, seperti terciptanya interaksi yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga menjadi landasan yang kokoh untuk pembelian kembali, membangun loyalitas pelanggan, dan menciptakan rekomendasi positif melalui pembicaraan dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan. Menurut Tjiptono (2009:195) dikutip dalam Fian & Yuniati (2016) istilah “kepuasan” atau “*satisfaction*” berasal dari bahasa Latin,

yaitu kata “satis” yang berarti mencukupi atau memadai, dan “facio” yang berarti melaksanakan atau menciptakan. Oleh karena itu, kepuasan dapat diartikan secara sederhana sebagai suatu upaya untuk memenuhi harapan atau menciptakan sesuatu yang dianggap layak dan sesuai. Menurut Kotler (2000) dalam (Rifa’i, 2019), kepuasan timbul dari perbandingan antara harapan dan pengalaman aktual. Kesesuaian atau kelebihan hasil dari harapan akan menghasilkan kepuasan, sedangkan ketidaksesuaian dapat menyebabkan ketidakpuasan.

Kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan berperan penting dalam mempererat interaksi antara perusahaan dan pelanggan. Kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap produk atau jasa yang diberikan dapat mendorong terbentuknya kepercayaan terhadap perusahaan. Kepercayaan dari pelanggan berperan penting dalam menciptakan ikatan komitmen antara kedua belah pihak, yaitu perusahaan dan pelanggan. Moordiningsih (2010) dalam (Rifa’i, 2019) mengemukakan, membangun kepercayaan kepada pihak lain merupakan suatu proses yang memerlukan waktu dan tidak terjadi secara instan. Kepercayaan ini berkembang melalui berbagai bentuk interaksi antara individu yang mempercayai dan pihak yang dipercayai. Proses ini biasanya muncul dari pengalaman kolaboratif antara kedua pihak dalam suatu kegiatan atau organisasi. Ketika mereka memiliki pengalaman positif bersama, hal ini menciptakan ikatan saling percaya dan mengurangi kemungkinan pengkhianatan, yang dapat merusak komitmen yang telah terjalin. Menurut penelitian oleh Islam et al (2021) dalam (Hafidz & Muslimah, 2023), kepercayaan pelanggan mencerminkan keyakinan mereka terhadap konsistensi dan kejujuran suatu perusahaan.

Loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan pelanggan merupakan empat elemen yang saling terkait dan sangat vital dalam dunia pemasaran. Untuk mencapai loyalitas pelanggan yang berkelanjutan, perusahaan perlu memprioritaskan peningkatan kualitas pelayanan, memberikan pengalaman positif kepada pelanggan serta menjalin kepercayaan yang kuat. Keempat elemen ini saling mendukung satu sama lain dan menjadi kunci dalam mempertahankan pelanggan serta meningkatkan volume penjualan di pasar yang kompetitif.

Lokasi pelaksanaan penelitian ini berada di tiga toko sparepart mobil yang terletak di kecamatan Senduro, yaitu Jatmiko Motor, Ardi Motor dan Iyan Motor. Ketiga toko ini berusaha keras untuk memberikan kepuasan dan membangun kepercayaan di kalangan masyarakat. Meskipun demikian, masih ada beberapa tanggapan negatif dari pelanggan, seperti lamanya waktu pelayanan, banyaknya antrean dan sejumlah masalah lainnya. Untuk mengatasi isu-isu ini, diharapkan masyarakat dapat lebih bijak dalam menilai kepuasan dan kepercayaan mereka terhadap ketiga toko tersebut. Dengan adanya kebijakan pihak manajemen yang mengedepankan mutu layanan bagi seluruh pelanggan tanpa membedakan latar belakang, diharapkan keluhan pelanggan dapat diminimalisir serta kepuasan dan kepercayaan pelanggan dapat dimaksimalkan di masa depan. Penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, karena penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang ketat di pasar sparepart mobil. Memilih ketiga toko ini memberikan keuntungan karena

dapat memberikan perspektif yang lebih luas. Dengan membandingkan Jatmiko Motor, Ardi Motor, dan Iyan Motor, penelitian dapat mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan masing-masing dalam pelayanan, serta dampaknya terhadap kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemilik toko dalam merumuskan strategi yang tepat guna meningkatkan kesetiaan pelanggan serta memahami preferensi dan kebutuhan mereka dengan baik.

Berbagai penelitian sebelumnya memang telah mengulas keterkaitan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas, namun konteks spesifik pada industri sparepart mobil di kecamatan Senduro masih belum banyak dijadikan fokus utama. Studi ini dilakukan untuk menjawab celah penelitian yang ada dengan menelaah bagaimana ketiga toko sparepart, yaitu Jatmiko Motor, Ardi Motor dan Iyan Motor, dapat meningkatkan loyalitas pelanggan berdasarkan pengalaman lokal dan dinamika pasar yang ada.

Sejumlah penelitian terdahulu yang mendukung kajian ini berasal dari studi yang dilakukan oleh (M. Q. Putri & Rachmawati, 2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan (Saputri et al., 2021) yang meneliti tentang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berlandaskan penelitian terdahulu diatas, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat *research gap*.

Selain kualitas pelayanan, untuk mempertahankan loyalitas pelanggan yaitu kepuasan pelanggan. Adapun penelitian terdahulu mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh (Fian & Yuniati, 2016) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh

positif terkait kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Sementara itu hasil studi dari (Najmudin et al., 2023) justru menemukan kepuasan pelanggan terbukti tidak memberikan dampak yang berarti terhadap loyalitas. Merujuk pada studi sebelumnya diatas, maka ditarik kesimpulan bahwa terdapat *research gap*.

Selain kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, untuk kepercayaan juga menjadifaktor penting dalam mempertahankan pelanggan. Supertini et al., (2020) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa kepercayaan pelanggan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun demikian, hasil berbeda ditemukan oleh (Hafidz & Muslimah, 2023), yang mengungkapkan bahwa kepercayaan pelanggan tidak memberikan dampak yang berarti terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat *research gap*.

Berdasarkan uraian pada bagian latar belakang, peneliti bermaksud melakukan pengujian ulang terhadap hubungan antara variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Toko Sparepart Mobil di Kecamatan Senduro)”.

1.2 Batasan Penelitian

Penelitian ini menetapkan batasan ruang lingkup agar analisis yang dilakukan tetap berada dalam jalur yang sesuai dengan tujuan utama. Batasan-batasan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Penelitian ini secara khusus difokuskan pada bidang pemasaran.

2. Penelitian ini akan membatasi analisis pada tiga variabel utama, yaitu kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan, yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
3. Penelitian ini hanya difokuskan pada tiga toko sparepart mobil, yaitu yaitu Jatmiko Motor, Ardi Motor dan Iyan Motor yang berada di Kecamatan Senduro.
4. Responden dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang telah membeli minimal dua kali pada toko sparepart mobil yaitu Jatmiko Motor, Ardi Motor dan Iyan Motor yang berada di Kecamatan Senduro.

1.3 Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang yang telah diuraikan di atas maka dapat dirumuskan masalah pokok sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada toko sparepart mobil di Kecamatan Senduro?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada toko sparepart mobil di Kecamatan Senduro?
3. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada toko sparepart mobil di Kecamatan Senduro?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan toko sparepart mobil Jatmiko Motor, Ardi Motor dan Iyan Motor di Kecamatan Senduro.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan toko sparepart mobil Jatmiko Motor, Ardi Motor dan Iyan Motor di Kecamatan Senduro.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan toko sparepart mobil Jatmiko Motor, Ardi Motor dan Iyan Motor di Kecamatan Senduro.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang bermakna dalam ranah teori manajemen pemasaran, terutama dalam memperdalam mengenai keterkaitan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil studi ini juga diharapkan dapat memperkaya kajian akademik yang relevan, terutama dalam konteks industri perdagangan.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat membagikan wawasan bagi toko sparepart mobil di kecamatan Senduro mengenai sejauh mana kualitas pelayanan, kepuasan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam menata strategi pelayanan dan program pemasaran yang lebih tepat sasaran, sehingga mampu mendorong pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

2) Bagi Pelanggan

Pelanggan dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk memahami kualitas pelayanan, kepuasan, dan kepercayaan mempengaruhi loyalitas, membantu mereka memilih toko dengan layanan terbaik yang sesuai dengan kebutuhan untuk membangun hubungan jangka panjang.

3) Bagi Akademisi

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap penguatan teori dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya terkait antara kualitas pelayanan, kepuasan, Kepercayaan, dan loyalitas pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi akademisi yang ingin mengkaji lebih lanjut perilaku konsumen di sektor perdagangan, serta memperkaya kajian ilmiah mengenai strategi pengelolaan hubungan pelanggan dan peningkatan loyalitas.

