

# JURNAL ILMU EKONOMI (JOURNAL OF ECONOMICS)

<b>Analisis Kinerja Neraca Pembayaran Berbasis Model Mundell-Fleming: Studi Empiris Perekonomian Indonesia, Filipina dan Thailand</b>	<b>Adhitya Wardhono Muqtaf El Muflihie F</b>
<b>Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Brand Equity Corporate Rebranding Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Carrefour Di Jawa Timur</b>	<b>R. Andi Sularso</b>
<b>STRATEGI TATA KELOLA KELEMBAGAAN PASAR TEMBAKAU BESUKI NA-OOGTS DI PASAR DOMESTIK DAN PASAR INTERNASIONAL</b>	<b>Siswoyo Hari Santosa</b>
<b>Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Tarif Listrik Prabayar PLN UPJ Jember Kota</b>	<b>Rhyan Sabria Kharsa P Sudaryanto Gusti Ayu Wulandari</b>
<b>Strategi Penanggulangan Kemiskinan Melalui Peningkatan Formasi Modal Sosial Di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember</b>	<b>Ciplis Gema Qori'ah</b>
<b>Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis pada Produk Pizza Hut Jember</b>	<b>Diah Yulisetyorini</b>
<b>Pengaruh <i>Collective Bargaining</i> Terhadap Sistem Kompensasi Dan Konflik Karyawan Kantor Perwakilan PT. Perkebunan Nusantara XII Wilayah Ii Jember</b>	<b>Habiby Nuronnasah M. Syaharudin Markus Apriono</b>
<b>Strategi Pengembangan Klaster Peternakan Sapi Perah yang Ideal Di Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember Tahun 2013</b>	<b>Fivien Muslihatiningsih</b>
<b>Analisis Kinerja Keuangan Pada Koperasi Serba Usaha "Ida" Jember Periode 2010-2012</b>	<b>IKM Dwipayana</b>

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER**

**Volume 9 Nomor 1 Januari 2014**

# **Jurnal Ilmu Ekonomi**

**Diterbitkan oleh:  
Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan  
Fakultas Ekonomi Universitas Jember**

**2013**

# Jurnal Ilmu Ekonomi

VOLUME 8 NOMOR 3 SEPTEMBER 2013

## DAFTAR ISI

- Analisis Kinerja Neraca Pembayaran Berbasis Model Mundell-Fleming: Studi Empiris Perekonomian Indonesia, Filipina dan Thailand**  
*Adhitya Wardhono dan Muqtaf El Muflihie F* 1-12
- Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Brand Equity Corporate Rebranding Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Carrefour Di Jawa Timur**  
*R. Andi Sularso* 13 - 26
- STRATEGI TATA KELOLA KELEMBAGAAN PASAR TEMBAKAU BESUKI NA-OOGTS DI PASAR DOMESTIK DAN PASAR INTERNASIONAL**  
*Siswoyo Hari Santoso* 27-40
- Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Tarif Listrik Prabayar PLN UPJ Jember Kota**  
*Rhyan Sabria Kharsa P, Sudaryanto dan Gusti Ayu Wulandari* 41 - 52
- Strategi Penanggulangan Kemiskinan Melalui Peningkatan Formasi Modal Sosial Di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember**  
*Ciplis Gema Qori'ah* 53 - 66
- Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis pada Produk Pizza Hut Jember**  
*Diah Yulisetyorini* 67 - 76
- Pengaruh *Collective Bargaining* Terhadap Sistem Kompensasi Dan Konflik Karyawan Kantor Perwakilan PT. Perkebunan Nusantara XII Wilayah Ii Jember**  
*Habiby Nuronnasah, M. Syaharudin dan Markus Apriono* 77 -96
- Strategi Pengembangan Klaster Peternakan Sapi Perah yang Ideal Di Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember Tahun 2013**  
*Fiwien Muslihatiningsih* 97-108
- Analisis Kinerja Keuangan Pada Koperasi Serba Usaha "Ida" Jember Periode 2010-2012**  
*IKM Dwipayana* 109 - 124

## **PENGARUH KUALITAS LAYANAN, BRAND IMAGE, BRAND EQUITY CORPORATE REBRANDING TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA CARREFOUR DI JAWA TIMUR**

**R. Andi Sularso**

Guru besar Ilmu Ekonomi pada jurusan manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Jember

### ***Abstract***

*Consumer perceptions of service quality increases, it will increase customer satisfaction, and vice versa if the consumer perceptions of service quality declines, will reduce customer satisfaction. Consumer perceptions of service quality increases, it will increase customer loyalty, and vice versa if the consumer perceptions of service quality declines, will reduce consumer loyalty to the brand equity pelanggan. Persepsi increases, it will increase customer satisfaction, otherwise if consumer perceptions of brand equity decreases, will lower customer satisfaction. Consumer perceptions of the brand equity increases, it will increase customer loyalty, otherwise if consumer perceptions of brand equity decreases, will lose customer loyalty. Consumer perceptions of brand image increases, it will increase the customer satisfaction of consumers, otherwise if consumer perceptions of brand image decreases, will reduce customer satisfaction. Consumer perceptions of brand image increases, it will increase customer loyalty, otherwise if consumer perceptions of brand image decreases, will lose customer loyalty. Consumer perceptions of corporate branding increases, it will increase the customer satisfaction of consumers, otherwise if consumer perceptions of corporate branding to decline, consumers will reduce customer satisfaction. Consumer perceptions of corporate branding increases, customer loyalty will increase, but the increase is not meaningful, otherwise if consumer perceptions of corporate branding is decreasing, the decline does not mean mere loyalty. Customers increased customer satisfaction, it will increase customer loyalty, otherwise if consumers decreased customer satisfaction, it will lower customer loyalty.*

**Keywords:** *consumer perception, service quality and customer loyalty*

### **1. Pendahuluan**

Kajian empirik yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu Liao (2009) sebagai kerangka pikir dalam menguji faktor terbesar yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, dengan menguji pengaruh variabel kualitas layanan terhadap persepsi nilai, kepercayaan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Pada penelitian Liao (2009) masih terdapat kelemahan dalam menguji faktor terbesar yang memengaruhi loyalitas pelanggan, tidak cukup hanya dengan pembahasan yang berorientasi semata-mata pendekatan pelayanan, kepercayaan, persepsi nilai agar mencapai kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan namun juga berhubungan dengan berbagai variabel lain termasuk variabel yang berorientasi merek.