

ABSTRACT

This research aims to reexamines the relationship between logistics capabilities and logistics service quality towards customer satisfaction in omni-channel retailing. Logistics capabilities, logistics service quality and customer satisfaction are discussed and examined in this research. A survey design is carried out which uses stimulus materials that involve images of quality and capabilities of retail company. The sampling method used in this study is a non-probability purposive sampling and the respondents are those the customer of a retail company that uses an omni-channel strategy towards their logistics activities.

The findings indicate that logistics capabilities and logistics service quality are essential to achieving satisfaction of customer. However, when logistics service quality becomes the mediating factor between logistics capabilities and customer satisfaction the result is higher compared to if we examined the direct relationship between logistics capabilities and customer satisfaction. It proves that logistics service quality becomes the backbone in logistics activities to satisfy the customer.

Keywords: Customer satisfaction, logistics capabilities, logistics service quality, omni-channel, capabilities, service quality, retail.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan yaitu mengkaji ulang hubungan antara kapabilitas logistik dan kualitas layanan jasa logistik terhadap kepuasan konsumen dalam industri retail yang menerapkan sistem *omni-channel*. Kapabilitas logistik, kualitas layanan jasa logistik serta kepuasan konsumen adalah topik inti yang dibahas dan diteliti dalam penelitian ini. Survei penelitian ini disusun dengan menggunakan gambaran kualitas dan kapabilitas dari sebuah perusahaan retail sebagai stimulus. Penelitian ini menggunakan *non-probability purposive sampling* sebagai metode pengumpulan sampelnya, dimana respondennya terdiri dari konsumen layanan jasa retail yang menerapkan system *omni-channel* sebagai strateginya dalam pengelolaan aktivitas logistik.

Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa kapabilitas logistik dan kualitas layanan jasa logistik adalah determinan yang penting untuk meraih kepuasan konsumen. Akan tetapi, ketika kualitas layanan jasa logistik menjadi variable mediasi antara kapabilitas logistik dan kepuasan konsumen menghasilkan hasil yang lebih tinggi dibandingkan ketika ditelitinya hubungan langsung antara kapabilitas logistik dan kepuasan konsumen. Hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan jasa logistik menjadi fondasi dasar dalam pengelolaan aktivitas logistik untuk meraih kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kepuasan konsumen, kapabilitas logistik, kualitas layanan jasa logistik, *omni-channel*, kapabilitas, kualitas layanan jasa, ritel.