

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada "Rumah Kue Shaza" di Desa Karangtalun, Kec. Kalidawir, Kab. Tulungagung)” ini ditulis oleh Muhamad Rizky, NIM. 126402203204, pembimbing, Dr. Binti Nur Asiyah, M.Si.

Penelitian dilatar belakangi pada masalah konsumen tidak loyal, di era globalisasi saat ini menuntut toko untuk memaksimalkan kinerja dan memahami kebutuhan konsumen. Hasil wawancara beberapa konsumen, ditemukan bahwa kualitas produk masih dianggap kurang konsisten. Selain itu, kualitas pelayanan yang lambat dan harga yang tidak sebanding dengan. Tujuan penelitian adalah untuk menguji 1) Menguji pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. 2) Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. 3) Menguji pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen. 4) Menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. 5) Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. 6) Menguji pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen. 7) Menguji pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui intervensi kepuasan konsumen. 8) Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui intervensi kepuasan konsumen. 9) Menguji pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen melalui intervensi kepuasan konsumen. 10) Menguji pengaruh kualitas pruduk, kualitas pelyanan dan harga terhadap loyalitas konsumen melalui intervensi kepuasan konsemen secara bersama-sama.

Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Sampling yang digunakan yaitu non probability sampling dengan teknik accidental sampling. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dengan cara menyebar kuesioner. Penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik. Dan uji hipotesis terdiri dari uji parsial (T), uji simultan (F) dan koefisien determinan.

Penelitian dianalisis menggunakan SPSS 25. 1) Kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. 2) Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. 3) Harga mempunyai pengaruh yang signifikan dan postif terhadap loyalitas konsumen. 4) Kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di. 5) Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. 6) Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. 7) Kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen malelui kepuasan konsumen di. 8) Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen malelui kepuasan konsumen. 9) Harga mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen malelui kepuasan konsumen. 10) Kualitas produk, kualitas pelyanan dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen secara bersama-sama.

Kata kunci: kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, loyalitas konsumen, kepuasan konsumen

ABSTRACT

The thesis entitled "The Influence of Product Quality, Service Quality, and Price on Consumer Loyalty through Consumer Satisfaction as an Intervening Variable (Case Study on "Shaza Cake House" in Karangtalun Village, Kalidawir District, Tulungagung Regency)" was written by Muhamad Rizky, NIM. 126402203204, supervisor, Dr. Binti Nur Asiyah, M.Si.

The research is based on the problem of disloyal consumers, in the current era of globalization requires stores to maximize performance and understand consumer needs. The results of interviews with several consumers found that product quality is still considered inconsistent. In addition, the quality of service is slow and the price is not comparable to. The purpose of the study is to test 1) Examining the influence of product quality on consumer loyalty. 2) Examining the influence of service quality on consumer loyalty. 3) Testing the effect of price on consumer loyalty. 4) Testing the influence of product quality on consumer satisfaction. 5) Examining the influence of service quality on consumer satisfaction. 6) Testing the effect of price on consumer loyalty. 7) Testing the influence of product quality on consumer loyalty through consumer satisfaction interventions. 8) Examining the effect of service quality on consumer loyalty through consumer satisfaction interventions. 9) Testing the effect of price on consumer loyalty through consumer satisfaction interventions. 10) Examining the influence of product quality, service quality and price on consumer loyalty through joint settlement satisfaction interventions. This research method is quantitative with a type of causal research.

The sampling used is non-probability sampling with accidental sampling techniques. The number of samples was 100 respondents. This study uses primary data obtained by distributing questionnaires. This study uses validity and reliability tests, classical assumption tests. And the hypothesis test consists of a partial test (T), a simultaneous test (F) and a determinant coefficient.

The study was analyzed using SPSS 25. 1) Product quality has a significant influence on consumer loyalty. 2) Service quality has a significant influence on consumer loyalty. 3) Price has a significant and positive influence on consumer loyalty. 4) Product quality has a significant influence on consumer satisfaction in. 5) Service quality has a significant influence on consumer satisfaction. 6) Price has a significant influence on consumer loyalty. 7) Product quality has a significant influence on consumer loyalty, and consumer satisfaction in. 8) Service quality has a insignificant influence on consumer loyalty and consumer satisfaction. 9) Price has an insignificant influence on consumer loyalty and consumer satisfaction. 10) Product quality, service quality and price have a significant influence on consumer loyalty through consumer satisfaction together.

Keywords: *product quality, service quality, price, consumer loyalty, consumer satisfaction*