

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kelengkapan Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi pada Golden Swalayan Kediri” yang ditulis oleh Adinda Nur Febrianti NIM. 1860405222122 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dengan dosen pembimbing Bapak Rokhmat Subagiyo, M.E.I.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kelengkapan Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan bisnis ritel yang menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan memiliki peran strategis dalam mendukung keberlangsungan usaha karena dapat mendorong pembelian ulang dan menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Kualitas pelayanan, harga, dan kelengkapan produk diduga menjadi faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan, baik secara langsung maupun melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada Golden Swalayan Kediri.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kelengkapan produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada Golden Swalayan Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sumber data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 133 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, kualitas pelayanan, harga, dan kelengkapan produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai mediasi parsial dalam hubungan antara kualitas pelayanan, harga, dan kelengkapan produk terhadap loyalitas pelanggan. Di antara variabel yang diteliti, harga merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi loyalitas pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan pelanggan. Temuan ini memperkuat *Expectation Confirmation Theory* (ECT) yang menjelaskan bahwa kesesuaian antara harapan pelanggan dan kinerja yang dirasakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang selanjutnya mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan pada Golden Swalayan Kediri.

ABSTRACT

The thesis entitled “The Influence of Service Quality, Price, and Product Assortment on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediating Variable at Golden Swalayan Kediri” was written by Adinda Nur Febrianti, NIM 1860405222122, Sharia Business Management Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, under the supervision of Mr. Rokhmat Subagiyo, M.E.I.

Keywords: Service Quality, Price, Product Completeness, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

This study was motivated by the increasingly intense competition in the retail industry, which requires companies to continuously enhance customer loyalty. Customer loyalty plays a strategic role in ensuring business sustainability, as it encourages repeat purchases and fosters long-term relationships with customers. Service quality, price, and product assortment are considered factors that influence customer loyalty, both directly and indirectly through customer satisfaction as a mediating variable at Golden Swalayan Kediri.

This study aims to examine the effects of service quality, price, and product assortment on customer loyalty, with customer satisfaction serving as a mediating variable at Golden Swalayan Kediri. This research employed a quantitative approach using primary data collected through questionnaires distributed to 133 respondents selected using a purposive sampling technique. Data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) based on the Partial Least Squares (PLS) approach with the assistance of SmartPLS 4.0 software.

The results indicate that service quality, price, and product assortment have positive and significant effects on customer loyalty. Customer satisfaction also has a positive and significant effect on customer loyalty. Furthermore, service quality, price, and product assortment significantly and positively influence customer satisfaction. The mediation analysis reveals that customer satisfaction acts as a partial mediating variable in the relationship between service quality, price, and product assortment and customer loyalty. Among the variables examined, price has the strongest influence on customer loyalty, while service quality has the strongest influence on customer satisfaction. These findings reinforce the Expectation Confirmation Theory (ECT), which explains that the alignment between customers' expectations and perceived performance enhances customer satisfaction, which subsequently leads to greater customer loyalty at Golden Swalayan Kediri.