

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE AT UD. PASIR INDAH PLUMPANG DISTRICT, TUBAN DISTRICT

Tia Dwi Anggraini

Management Study Program, Faculty of Economics, Darul'ulum Islamic University

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is an effect of product quality and price on customer loyalty with customer satisfaction as the intervening variable. The results of this study indicate that: (1) Product quality has a significant and positive effect on customer satisfaction with a t count of 6.299 > t table, namely 1.9850. (2) Price has a significant and positive effect on customer satisfaction with a t count of 10.809 > t table of 1.9850. (3) Product quality has a significant and positive effect on customer loyalty with a t count of 10.809 > t table of 1.9850. (4) Price has a significant and positive effect on customer loyalty with a t count of 2.299 > t table of 1.9850. (5) Customer satisfaction has a significant and positive effect on customer loyalty with a tcount of 2.429 > t table of 1.9850. (6) Product quality through customer satisfaction on customer loyalty, which means that it has a positive and significant indirect effect. this is the magnitude of the magnitude of the indirect effect of 0.030 < the direct effect of 0.168 and in the Sobel test the value of t count is 2.269 > t table 1.9850. (7) The effect of price through customer satisfaction on customer loyalty, which means that it has a positive and significant indirect effect. This is the magnitude of the indirect effect of 0.024 < the direct effect of 0.835 and in the Sobel test the calculated t value is 2.187 > t table 1.9850

Keywords: *product quality, price, customer loyalty and customer satisfaction*

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI UD. PASIR INDAH
KECAMATAN PLUMPANG KECAMATAN TUBAN**

Tia Dwi Anggraini

**Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam
Darul'ulum**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Kualitas Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t_{hitung} sebesar $6,299 > t_{tabel}$ yaitu $1,9850$. (2) Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t_{hitung} sebesar $10,809 >$ dari t_{tabel} yaitu $1,9850$. (3) Kualitas Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t_{hitung} sebesar $10,809 >$ dari t_{tabel} yaitu $1,9850$. (4) Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,299 >$ t_{tabel} $1,9850$. (5) Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,429 >$ t_{tabel} $1,9850$. (6) Kualitas produk melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang artinya berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung . hal ini besarnya besarnya pengaruh tidak langsung sebesar $0,030 <$ pengaruh langsung sebesar $0,168$ dan dalam uji sobel nilai t_{hitung} sebesar $2,269 >$ T_{tabel} $1,9850$. (7) Pengaruh harga melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang artinya berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung. Hal ini besarnya pengaruh tidak langsung sebesar $0,024 <$ pengaruh langsung sebesar $0,835$ dan dalam uji sobel nilai t_{hitung} sebesar $2,187 >$ T_{tabel} $1,9850$

Kata Kunci : kualitas Produk, harga, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan