

THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, SERVICE QUALITY, AND CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY (Case Study on Customers of synna Salon lamongan) Kartika Yogi Islamiyah, ir.H pudyartono, M.M, Rifky Ardhana K. Syaputra, S.E., M.M, 2023, Student of the Department of Management, Faculty of Economics, Darul Ulum Lamongan Islamic University

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price perceptions, service quality and customer satisfaction on customer loyalty. The method used in this research is a quantitative method. With the sample used totaling 100 respondents. This study uses the slovin formula, and the data analysis method used is multiple linear regression, determination coefficient test, t test and f test. the results obtained from multiple liner regression analysis on the price perception variable are 0.460, the service quality variable is 0.254, and the customer satisfaction variable is 0.325. From the calculation results in the t test, it can be seen that the t_{hitung} value on the price perception variable is 3.911, the service quality variable is 2.863, and the customer satisfaction variable is 1.930, so it can be concluded that all independent variables have $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1.661, which means that the independent variables partially affect the dependent variable. From the results of the f test, the value of F_{hitung} is 56.199 > F_{tabel} 2.46, so it is concluded that the independent variables simultaneously affect the dependent variable. Based on the research results obtained, it can be concluded that the variables of price perception, service quality and customer satisfaction have an influence on customer loyalty.

Keywords: Price perception, service quality, customer satisfaction and customer loyalty.

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pada Pelanggan synna Salon lamongan) Kartika Yogi Islamiyah, Ir. H Pudyartono, M.M , Rifky Ardhana K. Syaputa S.E., M.M, 2023, Mahasiswa Jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dengan sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Penelitian ini menggunakan rumus slovin, serta metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji t dan uji f. Hasil yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda pada variabel persepsi harga sebesar 0,460 , variabel kualitas pelayanan sebesar 0,254 , dan variabel kepuasan konsumen sebesar 0,325. Dari hasil perhitungan pada uji t dapat dilihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada variabel persepsi harga sebesar 3,911 , variabel kualitas pelayanan sebesar 2,863 , dan variabel kepuasan konsumen sebesar 1,930, sehingga dapat disimpulkan semua variabel bebas memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,661 dapat diartikan bahwa variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Dari hasil uji f diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar 56,199 > 2,46 Sehingga disimpulkan bahwa variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Persepsi Harga, Kualitas pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan.