

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, LOCATION ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE AT COPAS KARANGGENENG SHOP

Muhammad Syahrul Maarif

MANAGEMENT STUDY PROGRAM, FACULTY OF ECONOMICS, Darul 'ulum Lamongan Islamic University

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine whether there is an effect of product quality and location on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable. The population in this research is coffee buyers at the Copas shop. The sample in this study was 100 respondents using the slovin sampling technique. Data collection method using a questionnaire method (questionnaire). The analytical methods used in this study were: Sobel test and T test. Data analysis was carried out using SPSS version 25. The results showed that: (1) The effect of product quality on customer satisfaction shows that the t count is 2.847 > t table 1.9845 with a significant value of 0.005 < 0.05. (2) the effect of location on customer satisfaction shows that the t count is 4.626 > t table 1.9845 with a significant value of 0.000 < 0.05. (3) the effect of product quality on customer loyalty. With the results of the t test, the t table value is 1.9845. The results show that the t count value is 3.198 > t table 1.9845 with a significant value of 0.002 < 0.05. (4) the effect of location on customer loyalty indicates that the t value is 3.050 > t table 1.9845 with a significant value of 0.003 < 0.05 there is a positive and significant number (5) the effect of customer satisfaction on customer loyalty indicates that the t value is 10.574 > t table 1, 9845 with a significant value of 0.000 < 0.05. (6) the effect of product quality on customer loyalty through customer satisfaction Based on the results of hypothesis testing that has been done before. The path analysis shows that the direct effect is 0.280 < than the indirect effect is 0.384. And in the Sobel test, the calculated t value is 7.3648 > t table 1.9845 with a significant level of 0.05. (7) the effect of location on customer loyalty through customer satisfaction Based on the results of hypothesis testing that has been done before. The path analysis shows that the direct effect is 0.150 < than the indirect effect is 0.384. And in the Sobel test, the calculated t value is 2.6568 > t table 1.9845 with a significant level of 0.05 (been done before. The path analysis shows that the direct effect is 0.280 < than the indirect effect is 0.384. And in the Sobel test, the calculated t value is 7.3648 > t table 1.9845 with a significant level of 0.05.

Keywords :product quality, location, customer loyalty and customer satisfaction

**PENGARUH KUALITAS PRODUK,LOKASI TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING DI KEDAI KOPI COPAS KARANGGENENG**

Muhammad Syahrul Maarif

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN, FAKULTAS EKONOMI, Universitas
Islam Darul ‘ulum Lamongan**

ABSTRAK

tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas produk dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli kopi di kedai copas. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel slovin. Metode pengambilan data menggunakan metode kuesioner (angket). Metode analisis yang diigunakan dalam penelitian ini yaitu : uji sobel dan uji T. Analisis data yang dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25 hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa nilai t hitung $2,847 > t$ tabel $1,9845$ dengan nilai signifikan $0,005 < 0,05$. (2) pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa nilai t hitung $4,626 > t$ tabel $1,9845$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. (3) pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Dengan hasil uji t dapat nilai t tabel adalah $1,9845$ dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung $3,198 > t$ tabel $1,9845$ dengan nilai signifikan $0,002 < 0,05$. (4) pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa nilai t hitung $3,050 > t$ tabel $1,9845$ dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$ adanya angka yang positif dan sgnfikan (5) pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa nilai t hitung $10,574 > t$ tabel $1,9845$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. (6) pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya. Dalam analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh langsung $0,280 <$ dari pengaruh tiidak langsung $0,384$. Dan dalam uji sobel test nilai t hitung sebesar $7,3648 > t$ tabel $1,9845$ dengan tingkat signifikan $0,05$. (7) pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya. Dalam analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh langsung $0,150 <$ dari pengaruh tiidak langsung $0,384$. Dan dalam uji sobel test nilai t hitung sebesar $2,6568 > t$ tabel $1,9845$ dengan tingkat signifikan $0,05$.

Kata Kunci : kualitas produk, lokasi, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan