

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA TOKO TOGAMAS (STUDI PADA KONSUMEN CV.SEMESTA ILMU BOJONEGORO)

**Fitri Citra Lestari, Moh. Azus Shony Azar, Aji
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi,
Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan
E-mail : fitricitra1997@gmail.com**

ABSTRAK

Persaingan dalam bidang bisnis yang semakin ketat membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan 101 responden sebagai sampel pelanggan pada toko Togamas CV. SEMESTA ILMU Bojonegoro. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner. Pengolahan data menggunakan analisa Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Analisa Linier Berganda , Uji koefisien Determinasi, Uji Anaslisa Jalur dan Uji Hipotesi. Analisis datanya menggunakan path analisis dimana Y1 variabel kepuasan sebagai variabel intervening, Y2 variabel loyalitas pelanggan, X1 variabel harga, X2 variabel kualitas produk. Hasil penelitian ini terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Competition in the field of business is increasingly tight, making entrepreneurs look for the right strategy to market their products. This research is a quantitative research with 101 respondents as customer samples at Togamas CV. SEMESTA ILMU Bojonegoro. Data collection was carried out using the questionnaire method. Processing data using Instrument Test analysis, Classical Assumption Test, Multiple Linear Analysis, Determination coefficient Test, and Hypothesis Test. Data analysis uses path analysis where Y1 satisfaction variable as an intervening variable, Y2 customer loyalty variable, X1 price variable, X2 product quality variable. The results of this study have a positive and significant relationship between price and product quality on customer loyalty through satisfaction as an intervening variable.

Keywords: Price, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty