

ABSTRAK

Nama : Isti Utami Rianda
NPM : 1412000013
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Variabel Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Toko Kelontong Raya
Dosen Pembimbing : Dr. Annuridya R.P.O,S.Pi, MM

Menurut data yang diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tangsel pada tahun 2013, wilayah tersebut telah menjadi tempat beroperasinya 378 unit minimarket. Pertumbuhan jumlah minimarket yang terus meningkat setiap tahun menciptakan persaingan yang sengit. Akibatnya, Pedagang tradisional mengalami tekanan yang semakin besar. Untuk mengatasi persaingan ini, perusahaan perlu memiliki pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pelanggan. Faktor-faktor seperti kualitas layanan dan harga menjadi kunci dalam menciptakan kepuasan Pelanggan. Dengan memahami aspek-aspek tersebut, perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang efektif untuk memastikan kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan faktor-faktor tersebut bisa mempertimbangkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Toko Kelontong Raya. Pada penelitian kualitas layanan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil Thitung $2.714 > T_{tabel} 1.98$ dan Signifikan $0,008 < 0,05$. Pada Harga terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil Thitung $6.060 > T_{tabel} 1.98$ dan Signifikan $0,008 < 0,05$. Pada Variabel Harga terdapat Pengaruh Mediasi terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan dengan Hasil Uji Sobel Thitung $3,27 > T_{tabel} 1,98$. Pada Variable Harga Terdapat Pengaruh Mediasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Hasil Uji Sobel Sobel Thitung $3,05 > T_{tabel} 1,98$.

Kata kunci : Harga, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Name : Isti Utami Rianda
Study Program : Management
Title : *The Effect of Service Quality and Price on Customer Loyalty with the Mediating Variable of Customer Satisfaction at Raya Grocery Store*
Supervisor : Dr. Annuridya R.P.O,S.Pi, MM

According to data obtained from the Tangsel Industry and Trade Office in 2013, the region became home to the operation of 378 minimarkets. The continuous growth in the number of minimarkets each year has created intense competition. As a result, traditional traders are facing increasing pressure. To address this competition, companies need to have a profound understanding of customer needs. Factors such as service quality and pricing are key in creating customer satisfaction. By understanding these aspects, companies can design effective marketing strategies to ensure customer satisfaction. Using these factors can also influence customer loyalty. This research aims to determine the Influence of Service Quality and Price on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediation Variable at Kelontong Raya Convenience Stores. In the service quality research, there is a positive and significant influence on customer satisfaction with a calculated T-value of 2.714 > T-table 1.98 and Significance 0.008 <0.05. In the price variable, there is a positive and significant influence on customer satisfaction with a calculated T-value of 6.060 > T-table 1.98 and Significance 0.008 <0.05. In the Price variable, there is a Mediating Effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction with a Sobel Test Result of 3.27 > T-table 1.98. In the Price Variable, there is a Mediating Effect on Customer Satisfaction with a Sobel Test Result of 3.05 > T-table 1.98.

Keywords: *Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Price, Service Quality,*