

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, citra toko, dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada Toko Tanjung Baru di Mojokerto.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu pelanggan yang tinggal di wilayah kota Mojokerto yang telah melakukan pembelian minimal dua kali dalam dua bulan terakhir pada Toko Tanjung Baru sejumlah 150 responden. Untuk pengolahan dan penganalisaan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan software AMOS 16.0 sebagai software untuk mengolah data. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan citra toko memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kepuasan pelanggan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa harga memiliki pengaruh yang paling tinggi terhadap kepuasan pelanggan karena memiliki koefisien regresi sebesar 0.488. Kualitas produk juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0.413. Selain itu, citra toko juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0.359. Dan berdasarkan temuan empiris tersebut ditunjukkan pula bahwa kepuasan pelanggan membawa pengaruh signifikan yang positif terhadap loyalitas pelanggan karena memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.945.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Citra Toko, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This research is aiming to understand how impact of product quality, price, store image, and service quality toward customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable at Tanjung Baru store, Mojokerto.

The sample that is being used for this thesis is the consumer that lives in Mojokerto and has ever bought with the minimum purchase of two times within two months at Tanjung Baru store toward 150 respondents. This thesis is using Structural Equation Modelling (SEM) with software AMOS 16.0 to process and analyze the data. The result of the analysis shows that product quality, price, and store image gives positive and significant impact toward customer satisfaction. Besides, service quality gives positive impact but do not give significant impact toward consumer satisfaction. The variable of consumer satisfaction gives positive and significant impact toward customer loyalty.

The empirical research indicates that price gives the highest impact toward customer satisfaction with the coefficient regression of 0,488. Product quality also give positive and significant impact toward customer satisfaction with the coefficient regression of 0.413. whereas store image also gives positive and significant impact toward customer satisfaction with the coefficient regression of 0.359. Based on the empirical research shows that customer satisfaction gives positive and significant toward customer loyalty with the coefficient regression of 0.945.

Keywords: Product Quality, Price, Store Image, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty