



## SEMEABB 2018

Prosiding online: <http://semeabb.ijbe-research.com>



# PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN MEDIATOR KEPUASAN MEREKA

*Atika Kartikasari<sup>1</sup>, Albari<sup>2</sup>*

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

<sup>1</sup>[atikakartikasari@gmail.com](mailto:atikakartikasari@gmail.com)

<sup>2</sup>[albari@uii.ac.id](mailto:albari@uii.ac.id)

### INFO ARTIKEL

#### *Sejarah Artikel:*

Diterima : 17-08-2018

Terbit : 25-10-2018

#### *Kata Kunci:*

Kualitas Produk  
Kualitas Layanan  
Harga  
Kepuasan  
Loyalitas

#### *DOI:*

10.5281/zenodo.1471070

### ABSTRAK

Pelanggan yang loyal cenderung melakukan aktivitas untuk melakukan pembelian kembali dan memberikan informasi positif berupa komunikasi lesan kepada rekan-rekan. Selain itu pelanggan yang loyal dapat mendorong perkembangan perusahaan. Mereka biasanya bersedia memberikan gagasan atau saran kepada perusahaan agar meningkatkan kualitas produk dan layanannya, dan pada akhirnya mereka tidak akan begitu mempermasalahkan harga yang ditetapkan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak kebijakan kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Populasi penelitian ini adalah pembeli atau pelanggan warung makan Ayam Goreng “Bu Zuni” Spesial Ayam Kampung. Teknik sampling yang digunakan adalah dengan *convenience sampling*. Sedangkan pengumpulan data menggunakan angket, yang disebarakan kepada 96 responden. Setelah melalui uji kualitas data, data dianalisis menggunakan teknik analisis diskriptif dan model regresi. Pengujian menggunakan analisis regresi dilakukan dengan 6 jenis pengujian dan dibantu dengan program pengolahan data SPSS.

Hasil analisis berhasil membuktikan bahwa semua variable anteseden (kualitas produk, kualitas layanan, dan harga) mampu berpengaruh secara langsung maupun melalui variabel mediator kepuasan. Di antara variabel anteseden yang lain, kualitas layanan mempunyai pengaruh yang paling besar dalam menyumbang tingkat kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas produk lebih tinggi menyumbang tingkat loyalitas mereka. Hasil tersebut juga didukung oleh perhitungan diskriptif. Hasil perhitungan rata-rata indikator variabel penelitian menunjukkan bahwa terdapat nilai tertinggi pada kualitas produk dan kualitas layanan. Karena itu untuk mempertahankan kualitas, Ayam goreng “Bu Zuni” perlu menambahkan varian produk dan fasilitas rumah makan, selalu menjaga kebersihan, serta jam operasi tepat waktu, sehingga pelanggan merasa nyaman berada di tempat tersebut



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.