

ABSTRAK

DIENY ANNISAA ROSYIEDU . Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (dibimbing oleh Bapak Jatmiko)

Studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada produk roll tutup gelas lidcup air minum dalam kemasan 240ml PT Century Mitra Sukses Sejati di wilayah Cikupa Tangerang. Hal yang melatarbelakangi pemilihan masalah ini adalah dikarenakan pada roll tutup gelas lidcup air minum dalam kemasan PT Century Mitra Sukses Sejati terdapat penurunan penjualan dari tahun 2015-2018. Pada tahun itu pelanggan sering dikeluhkan mengenai tingkat daya tahan kemasan yang cenderung rendah sehingga mengakibatkan area seal cup bocor, dan warna tidak sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan pelanggan sehingga berdampak bagi proses produksi ditempat pelanggan.

Keluhan sering terjadi mengakibatkan penurunan jumlah order pada roll tutup gelas lidcup air minum dalam kemasan 240ml. Oleh karena itulah peneliti tertarik untuk membantu memberikan jalan keluar terhadap permasalahan yang ada.

Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dan dijadikan batasan pada penelitian ini. Pilihan variabel ini dipilih dikarenakan obyek sering muncul pada saat dikeluhkan oleh pelanggan.

Sample dalam penelitian ini sebanyak 100 reponden di wilayah jabodetabek. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan purposive sampling dengan menentukan kriteria tertentu. Metode yang digunakan uji validitas, reliabilitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas dan analisis jalur.

Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh positif signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, harga terhadap kepuasan pelanggan, citra merek terhadap kepuasan pelanggan. Dan pengaruh negatif kualitas produk terhadap loyalitas, harga terhadap loyalitas, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : kualitas produk, harga, citra merek, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

DIENY ANNISAA ROSYIEDU. Effect of product quality, price, and brand image on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable (guided by Mr. Jatmiko)

This study aims to analyze the effect of product quality, price, and brand image on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable on the roll lid glass product lidcup drinking water in 240ml bottles of PT Century Mitra Sukses Sejati in the Cikupa area of Tangerang. The reason for the selection of this problem is that in PT Century Mitra Sukses Sejati's roll lid glass drinking water bottle lid packaging there was a decline in sales from 2015-2018. In that year customers were often complained about the level of durability of the packaging which tends to be low, resulting in a leaky cup seal area, and the color does not match the standards set by the customer, thus impacting the production process at the customer's place.

Complaints often occur resulting in a decrease in the number of orders on roll lidcup glass drinking water in 240ml containers. That is why researchers are interested in helping to provide solutions to existing problems.

The influence of product quality, price, and brand image on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable and made a limitation in this study. This variable choice is chosen because the object often appears when complained by customers.

The sample in this study were 100 respondents in the Greater Jakarta area. This sampling technique uses purposive sampling by specifying certain criteria. The method used is validity, reliability, heteroscedasticity, multicollinearity and path analysis.

The results of this study indicate a significant positive effect on product quality on customer satisfaction, price on customer satisfaction, and the image of the customer on customer satisfaction. And the negative influence of product quality on loyalty, price on loyalty, and brand image on customer loyalty.

Keywords: product quality, price, brand image, customer satisfaction, customer loyalty