

ABSTRAK

Judul : Analisis Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada pelanggan Zalora Indonesia di Jakarta Barat)
Nama : Maya Lestari
Program Studi : S-1 Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk : meneliti, menguji dan mengkaji, Analisis Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada pelanggan Zalora Indonesia di Jakarta Barat). Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Zalora Indonesia yang sedang berada di Jakarta Barat. Sampel penelitian ini sebesar 130 orang pelanggan. Data dikumpulkan langsung dari responden dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner dan teknik analisis data menggunakan analisis jalur.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa promosi (X1) memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y), promosi (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z), kepuasan pelanggan (Z) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y), kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z), kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y), promosi (X1) memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z), dan kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z).

Kata kunci:

Promosi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Title : Analysis of The Influence of Promotion and Service Quality towards Customer Loyalty through Customer Satisfaction as a variable Intervening (case study on Zalora Indonesia customers in West Jakarta)
Name : Maya Lestari
Study Program: S-1 Management

This research aims to: researching, testing and reviewing, analysis of the influence of promotion and service quality towards customer loyalty through customer satisfaction as a variable Intervening (case study on Zalora Indonesia customers in West Jakarta). This research was conducted on Zalora Indonesia customers who are in West Jakarta. The sample of this research was 130 customers. Data is collected directly from respondents using research instruments in the form of questionnaires and data analysis techniques using path analysis.

The results of this study proved that promotion (X1) has an influence but not significant to customer loyalty (Y), promotion (X1) has a significant influence on customer satisfaction (Z), customer satisfaction (Z) has a significant influence on customer loyalty (Y), service quality (X2) has a significant influence on customer satisfaction (Z), service quality (X2) has a significant influence on customer loyalty (Y), Promotion (X1) has an influence on customer loyalty (Y) through customer satisfaction (Z), and service quality (X1) has an influence on customer loyalty (Y) through customer satisfaction (Z).

Key words:

Promotion, Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty.