

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai variabel intervening pada CV. Anugrah Elektrik
Nama : Nurlidiawati
Program Studi : Manajemen
Pembimbing : Sugiyanto

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Penganggan dengan Kepuasan sebagai variabel intervening pada CV. Anugrah Elektrik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan metode *non probability sampling*. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 80 responden dengan kriteria responden yang berusia minimal 17 tahun atau lebih, sudah membeli dan menggunakan produk pada CV. Anugrah Elektrik minimal 2x. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis jalur yang meliputi uji validitas, reliabilitas, uji f, uji t dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan tanpa melalui kepuasan sebagai variabel intervening dan sedangkan harga berpengaruh terhadap loyalitas karyawan melalui kepuasan sebagai variabel intervening.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Title : *Effect of Product Quality and Price on Loyalty Customers with satisfaction as an intervening variable at CV. Anugrah Elektric*

Name : *Nurlidiawati*

Study program : *Management*

Supervised : *Sugiyanto*

The main objective of this research is to see how the influence of Product Quality and Price on Customer Loyalty with Satisfaction as an intervening variable at CV. Anugrah Elektric. The sampling technique used in this study was purposive sampling with a non-probability sampling method. The number of respondents used in this study amounted to 80 respondents with the criteria of respondents who were at least 17 years old or more, had bought and used products at CV. Elektric gift at least 2x. The analysis method used is path analysis which includes validity, reliability, f test, t test and coefficient of determination (R²). The results showed that product quality had a significant effect on customer loyalty without going through satisfaction as an intervening variable and while price had an effect on employee loyalty through satisfaction as an intervening variable.

Keywords: Product Quality, Price, Satisfaction, and Customer Loyalty