

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Di Dunkin' Donuts Supermall Karawaci, Tangerang. (Dibimbing oleh Jatmiko)
Nama : ANTIH
Program Studi : S1 - Manajemen

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen Dunkin' Donuts di Supermall Karawaci, Tangerang. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis jalur (*path analysis*). *Purposive sampling* dalam teknik pengambilan sampel dengan perolehan 140 responden sebagai model penelitian yang berasal dari penyebaran 28 pernyataan kuesioner. Responden penelitian ini adalah konsumen yang membeli donat di Dunkin' Donuts di Supermall Karawaci, Tangerang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, tetapi untuk variabel kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi atau intervening tidak dapat meningkatkan pengaruh kepuasan konsumen terhadap variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan, karena pengaruh langsung lebih berpengaruh daripada pengaruh tidak langsung.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Title : Effect of product quality and service quality against Customer loyalty through the customer satisfaction at Dunkin' Donuts Supermall Karawaci, Tangerang. (Guided by Jatmiko)

Name : ANTIH

Course: SI-Management

The purpose of this study was to determine the effect of product quality and service quality on customer loyalty through Dunkin 'Donuts consumer satisfaction at Supermall Karawaci, Tangerang. This research uses validity test, reliability test, path analysis test. Purposive sampling in the sampling technique with the acquisition of 140 respondents as a research model derived from the distribution of 28 questionnaire statements. The respondents of this study were consumers who bought donuts at Dunkin 'Donuts in Supermall Karawaci, Tangerang

The results of this study indicate that product quality and service quality affect customer satisfaction, but for variable customer satisfaction as a mediating or intervening variable cannot increase the effect of customer satisfaction on product quality and service quality variables, because the direct effect is more influential than the indirect effect.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction