

ABSTRAKSI

Sugesti Tri Wihani, pengaruh *Private label* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Dibimbing oleh bpk Abdurrahman. MM)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *private label* dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan Indomaret kapuk Jakarta Barat dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel perantara.

Dalam penelitian ini sebanyak 200 pelanggan indomaret dilibatkan sebagai responden. Metode yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*)

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *private label* (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z) pada produk *private label* Indomaret Kapuk Jakarta Barat. Secara parsial kepuasan pelanggan (Z) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada produk *private label* Indomaret Kapuk Jakarta Barat. Sementara secara parsial *private label* (X) terhadap Loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z) karena kurangnya pelanggan yang royal untuk membeli produk *private label* Indomaret Kapuk Jakarta Barat. Berdasarkan hasil analisis dapat dijelaskan bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) adalah variabel kepuasan pelanggan (Z) yang memiliki koefisien path sebesar 0,173.

Kata kunci : *Private label*, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

Suggestion Tri Wihani, Private label influence on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable (Supervised by Mr. Iin Abdurrahman. MM)

This study aims to determine how the private label can affect customer loyalty Indomaret kapok West Jakarta with customer satisfaction as intermediate variables.

In this study of 200 customers Indomaret involved as respondents. The method used is path analysis (phat analysis)

The results of this study show that private label (X1) has a significant influence on customer satisfaction (Z) on private label products Indomaret Kapuk, West Jakarta. Partially customer satisfaction (Z) type has a significant influence on Customer Loyalty (Y) on a private label product Indomaret Kapuk, West Jakarta. While partial private label (X) on customer loyalty (Y) through customer satisfaction (Z) due to the lack of royal customers to purchase private label products Indomaret Kapuk, West Jakarta. Based on the analysis results can be explained that the most dominant variable effect on customer loyalty (Y) is variable customer satisfaction (Z) which has a path coefficient of 0.173.

Keywords: *Private label, customer satisfaction, customer loyalty*