

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, persepsi nilai dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam pembelian milkshake Gerai karibo Solok. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan gerai karibo Solok dalam berbelanja. Sementara sampel yang diambil adalah sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik kuantitatif. Metode pengumpulan data melalui survei dan penyebaran kuesioner kepada pengguna pelanggan dalam berbelanja. Teknik analisa data yang digunakan adalah Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *Partial Least Square* (PLS). Kemudian hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel (1) kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan gerai karibo Solok. (2) persepsi nilai berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan gerai karibo Solok. (3) Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada gerai karibo Solok. (4) persepsi nilai tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan gerai karibo Solok. (5) Kualitas Produk, persepsi nilai dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Gerai karibo Solok.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Nilai, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence product quality, perceived value and customer satisfaction have on customer loyalty in purchasing milkshakes from Gerai Karibo Solok. The population in this study were customers at the Solok Karibo outlet when shopping. While the samples taken were 100 respondents using quantitative techniques. Methods of data collection through surveys and distribution of questionnaires to customer users in shopping. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM) Analysis with Partial Least Square (PLS). Then the results of hypothesis testing show that variable (1) product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at the Karib Solok outlet customers. (2) perceived value has a positive and significant effect on customer satisfaction at the Solok caribo outlet customers. (3) product quality has a positive and significant effect on customer loyalty at the Solok caribo outlet. (4) perceived value does not have a positive and significant effect on customer loyalty at the Solok caribo outlet customers. (5) Product quality, perceived value and customer satisfaction simultaneously have a positive and significant effect on customer loyalty at Gerai Karibo Solok customers.

Keywords: Product Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction and Customer Loyalty