

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan merek sebagai variabel intervening pada CV. Maju Jaya Motor Pasaman Barat. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui survei dan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis *structural equation modelling* (SEM) dengan *partial least square* (PLS) 3.0.

Hasil penelitian yang didapatkan bahwa 1) Terdapat pengaruh positif yang signifikan dari kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen CV. Maju Jaya Motor. 2) Terdapat pengaruh negatif yang signifikan dari kualitas produk terhadap kepercayaan merek pada konsumen CV. Maju Jaya Motor. 3) Terdapat pengaruh negatif yang tidak signifikan dari harga terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen CV. Maju Jaya Motor. 4) Terdapat pengaruh positif yang signifikan dari harga terhadap kepercayaan merek pada konsumen CV. Maju Jaya Motor. 5) Terdapat pengaruh negatif yang tidak signifikan dari kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen CV. Maju Jaya Motor. 6) Terdapat kepercayaan merek tidak mampu memediasi kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen CV. Maju Jaya Motor. 7) Terdapat kepercayaan merek tidak mampu memediasi harga terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen CV. Maju Jaya Motor.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Loyalitas Pelanggan, dan Kepercayaan Merek

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the effect of product quality and price on customer loyalty with brand trust as an intervening variable in CV. Maju Jaya Motor West Pasaman. This research uses data collection methods through surveys and distributing questionnaires to 100 respondents. The data analysis technique used is structural equation modeling (SEM) analysis with partial least squares (PLS) 3.0.

The research results showed that 1) There is a significant positive influence of product quality on customer loyalty among CV consumers. Maju Jaya Motor. 2) There is a significant negative influence of product quality on brand trust among CV consumers. Maju Jaya Motor. 3) There is an insignificant negative effect of price on customer loyalty among CV consumers. Maju Jaya Motor. 4) There is a significant positive influence of price on brand trust among CV consumers. Maju Jaya Motor. 5) There is an insignificant negative effect of brand trust on customer loyalty among CV consumers. Maju Jaya Motor. 6) There is a belief that brands are unable to mediate product quality on customer loyalty among CV consumers. Maju Jaya Motor. 7) There is a belief that brands are unable to mediate price on customer loyalty among CV consumers. Maju Jaya Motor.

Keywords: Product Quality, Price, Customer Loyalty, and Trust Brand