

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Kue Sonia. Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuisisioner, dengan sampel 96 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan analisis jalur menggunakan SPSS.

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan Uji Parsial (Uji t) diperoleh Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. Kualitas Produk berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Kepuasan Konsumen tidak memediasi pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen. Kepuasan Konsumen tidak memediasi pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen.

Kontibusi sumbangan variabel *independen* Harga dan Kualitas Produk terhadap variabel *dependen* Kepuasan Konsumen adalah sebesar 48,3%. Sedangkan sisanya adalah sebesar 51,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Serta sumbangan variabel *independen* Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen terhadap variabel *dependen* Loyalitas Konsumen adalah sebesar 68,3%. Sedangkan sisanya adalah sebesar 31,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

This study aims to examine how big the influence of price and product quality on consumer loyalty with consumer satisfaction as an intervening variable at Sonia's cake shop. The method of collecting data is through surveys and distributing questionnaires, with a sample of 96 respondents. The analytical method used is multiple linear regression analysis and path analysis using SPSS.

The results obtained based on the partial test (t test) obtained that the price has a significant effect on consumer satisfaction and consumer loyalty. Product quality has no significant effect on Consumer Satisfaction and Consumer Loyalty. Consumer Satisfaction has a significant effect on Consumer Loyalty. Consumer Satisfaction does not mediate the effect of Price on Consumer Loyalty. Consumer Satisfaction does not mediate the effect of Product Quality on Consumer Loyalty.

The contribution of the independent variables of Price and Product Quality to the dependent variable of Consumer Satisfaction is 48.3%. While the remaining 51.7% is influenced by other variables outside of this study. And the contribution of the independent variables Price, Product Quality and Consumer Satisfaction to the dependent variable of Consumer Loyalty is 68.3%. While the remaining 31.7% is influenced by other variables outside of this study.

Keywords: Price, Product Quality, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty