

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how much influence Product Quality, Price on Customer Satisfaction, the influence of Customer Satisfaction on Customer Loyalty, the influence of Product Quality and Price on Customer Loyalty, the influence of Product Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as Intervening Variables, and the influence of Prices on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as an Intervening Variable. Methods of data analysis using a questionnaire, with a sample of 97 respondents. Data analysis method used is Path Analysis and Hypothesis Test.

The results of the study found that Product Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction at Nahlaty Herbal Stores. With a significant level ($0,000 < 0.05$). Price has a positive and not significant effect on customer satisfaction at Nahlaty Herbal Shop. With a significant level ($0.401 > 0.05$). Product Quality has a positive and significant effect on Customer Loyalty at Nahlaty Herbal Stores. With a significant level ($0,000 < 0.05$). Price has a positive and not significant effect on customer loyalty at Nahlaty Herbal Shop. With a significant level ($0.559 > 0.05$). Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Customer Loyalty at Nahlaty Herbal Stores. With a significant level ($0,000 < 0.05$). Product Quality does not mediate Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable, where the indirect effect is smaller than the direct effect ($0.298 < 0.517$). Price mediates Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable, where the indirect effect is greater than the direct effect ($0.031 > 0.028$).

Finally, the authors suggest Nahlaty Herbal Shop should further improve Product Quality in order to produce satisfying Customer Satisfaction, improve Product Quality in order to produce satisfying Customer Loyalty, and increase Customer Satisfaction so as to produce satisfying Customer Loyalty.

Keywords: Product Quality, Price, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk, Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan, pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan, pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening, dan pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. Metode analisis data menggunakan kuesioner, dengan sampel 97 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah Analisis Jalur dan Uji Hipotesis.

Hasil penelitian yang didapatkan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Herbal Nahlaty. Dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$). Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Herbal Nahlaty. Dengan tingkat signifikan ($0,401 > 0,05$). Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Herbal Nahlaty. Dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$). Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Herbal Nahlaty. Dengan tingkat signifikan ($0,559 > 0,05$). Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Herbal Nahlaty. Dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$). Kualitas Produk tidak memediasi terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening, dimana pengaruh tidak langsung lebih kecil dari pengaruh langsung ($0,298 < 0,517$). Harga memediasi terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening, dimana pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsung ($0,031 > 0,028$).

Akhirnya penulis menyarankan Toko Herbal Nahlaty harus lebih meningkatkan Kualitas Produk agar menghasilkan Kepuasan Pelanggan yang memuaskan, meningkatkan Kualitas Produk agar menghasilkan Loyalitas