

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA BENGKEL AHASS 1753 PT. KUSUMA SEJATI INTI PRIMA BOGOR)

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE (STUDI KASUS PADA BENGKEL AHASS 1753 PT. KUSUMA SEJATI INTI PRIMA BOGOR)

Perkembangan dunia bisnis pada sektor jasa membuat para pelaku usaha membuat pembaruan dalam bidang jasa. Strategi yang dapat dilakukan untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya yaitu dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan guna menciptakan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dilakukan dengan *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data ordinal yang dirubah menjadi data metrik berskala interval dengan *Method Of Successive Interval* (MSI). Analisis data menggunakan analisis jalur dan analisis *Sobel Test* untuk variabel *intervening* melalui program IBM SPSS Versi 25.00. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung positif kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. terdapat pengaruh langsung positif kualitas pelayanan, harga dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Terdapat pengaruh tidak langsung positif kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara tidak langsung positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

The development of the business world in the service sector has forced business actors to make reforms in the service sector. The strategy that can be carried out to maintain the continuity of its business is to provide satisfaction to customers in order to create customer loyalty. This study aims to determine the direct effect, indirect effect and the total effect of service quality and price on customer loyalty through customer satisfaction. The sample in this study amounted to 100 respondents carried out by purposive sampling. The data used in this study is ordinal data which is converted into interval scale metric data using the Method of Successive Interval (MSI). Data analysis used path analysis and Sobel Test analysis for intervening variables through the IBM SPSS Version 25.00 program. The results showed that there was a positive direct effect of service quality and price on customer satisfaction. there is a positive direct effect of service quality, price and satisfaction on customer loyalty. There is a positive indirect effect of service quality and price which has a positive indirect effect on customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.