

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS LAYANAN PADA LOYALITAS KONSUMEN DENGAN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN

(Studi Kasus pada Konsumen Kertas Lipat No 111 – Kota Yogyakarta)

Immanuel Hobby Yupiputran
Universitas Sanata Dharma
2019

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh promosi pada loyalitas konsumen dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen, (2) pengaruh harga pada loyalitas konsumen dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen, (3) pengaruh kualitas layanan pada loyalitas konsumen dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen jasa Kertas Lipat kota Yogyakarta yaitu konsumen yang sudah pernah memanfaatkan jasa cuci sepatu Kertas Lipat minimal 2 kali dalam kurun waktu 3 bulan. Pengambilan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Dari Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa (1) Promosi tidak berpengaruh positif pada loyalitas konsumen dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen, (2) Harga berpengaruh positif pada loyalitas konsumen dengan dimediasi sebagian oleh kepuasan konsumen, (3) Kualitas layanan berpengaruh positif pada loyalitas konsumen dengan dimediasi sebagian oleh kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PROMOTION, PRICE AND SERVICE QUALITY ON THE CUSTOMER LOYALTY MEDIATED BY THE CUSTOMER SATISFACTION

A Study on Kertas Lipat's Customers No. 111 - Yogyakarta City

Immanuel Hobby Yupiputran
Sanata Dharma University
2019

This study aims (1) to find out the influence of the promotions towards customer loyalty mediated by customer satisfaction, (2) to find out the influence of the price on customer loyalty mediated by customer satisfaction, (3) to find out the influence of the service quality on customer loyalty mediated by customer satisfaction. The population in this study is all of the customers of Kertas Lipat's service in Yogyakarta city, namely the customers who have already used the shoe care service at "Kertas Lipat" for at least twice in 3 months. The sampling method that is used is the Purposive Sampling method with 100 respondents. The Data collection technique that is used is a survey through a questionnaire. The data analysis that is used is Partial Least Square (PLS). From this study it can be concluded that (1) Promotion did not give a positive influence towards customer loyalty, (2) The price influenced customer loyalty partially mediated by customer satisfaction, (3) Service quality influenced customer loyalty partially mediated by customer satisfaction.

Keywords: Promotion, Price, Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty