

**ABSTRAK****PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN STRATEGI PROMOSI  
TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN KONSUMEN  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(Studi pada Konsumen Samie Jaya Mie)**

Andini Ayu Suminar  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2019

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, (2) untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, (3) untuk mengetahui pengaruh strategi promosi terhadap loyalitas dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Samie Jaya di Kota Cirebon yang berjumlah 130 pelanggan. Sampel yang digunakan untuk penelitian ini yaitu, pelanggan yang telah melakukan pembelian secara teratur dengan jumlah >5kg pembelian. 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) kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, (2) harga tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Namun harga berpengaruh positif terhadap loyalitas tanpa dimediasi oleh kepuasan konsumen, (3) strategi promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas dengan dimediasi sebagian (*partial mediation*) oleh kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Strategi Promosi, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND  
PROMOTION STRATEGIES TOWARDS LOYALTY  
WITH CUSTOMER SATISFACTION  
AS A MEDIATING VARIABLE**  
Study Of Consumer Samie Jaya Noodle

Andini Ayu Suminar  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2019

This study aims (1) to determine the influence of product quality towards loyalty with customer satisfaction as a mediating variable, (2) to determine the influence of price towards loyalty with customer satisfaction as a mediating variable, (3) to determine the influence of promotional strategies towards loyalty with customer satisfaction as mediating variable. The population in this study were all Samie Jaya customers in the city of Cirebon, as many as 130 customers. The sample used for this study is, customers who have made regular purchases with a number of > 5kg. Sampling using the Purposive Sampling method with 100 respondents. Data collection techniques using a questionnaire. Data analysis using Partial Least Square (PLS). From this study it can be concluded that (1) product quality did not have a positive influence towards loyalty with customer satisfaction as a mediating variable, (2) price did not have a positive influence towards loyalty with customer satisfaction as a mediating variable. However, price influenced loyalty without being mediated by consumer satisfaction, (3) promotion strategies had a positive influence towards loyalty partial mediated by consumer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion Strategy, Consumer Satisfaction, and Loyalty.