

ABSTRAK

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN PROMOSI DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* TERHADAP
LOYALITAS MENGGUNAKAN APLIKASI OVO**

Irend Tricella
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh gaya hidup terhadap kepuasan konsumen, 2) pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen, 3) pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas, 4) pengaruh gaya hidup terhadap loyalitas, 5) pengaruh promosi terhadap loyalitas, 6) pengaruh gaya hidup terhadap loyalitas dimediasi/*intervening* kepuasan konsumen, 7) pengaruh promosi terhadap loyalitas dimediasi/*intervening* kepuasan konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 konsumen pengguna OVO di Yogyakarta secara *online* menggunakan google form, Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan aplikasi WarpPLS 8.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, 1) Gaya hidup berpengaruh positif secara langsung terhadap kepuasan konsumen, 2) Promosi berpengaruh positif secara langsung terhadap kepuasan konsumen, 3) Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas, 4) Gaya hidup tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas, 5) Promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas, 6) Gaya hidup berpengaruh positif terhadap loyalitas dimediasi/*intervening* kepuasan konsumen, 7) Promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas dimediasi/*intervening* kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Promosi, Kepuasan Konsumen, Loyalitas

ABSTRACT

THE EFFECT OF LIFESTYLE AND PROMOTION WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE ON LOYALTY USING THE OVO APPLICATION

Irend Tricella
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2023

This study aims to determine: 1) the effect of lifestyle on consumer satisfaction, 2) the effect of promotion on customer satisfaction, 3) the effect of consumer satisfaction on loyalty, 4) the effect of lifestyle on loyalty, 5) the effect of promotion on loyalty, 6) the influence of style life on loyalty mediated/intervening consumer satisfaction, 7) the effect of promotion on loyalty mediated/intervening consumer satisfaction. The sampling technique uses purposive sampling. Data was obtained by distributing questionnaires to 100 consumers using OVO in Yogyakarta online using the Google form. Data analysis techniques used WarpPLS 8.0. The results showed that, 1) Lifestyle has a positive effect on consumer satisfaction, 2) Promotion has a positive effect on customer satisfaction, 3) Consumer satisfaction has a positive effect on loyalty, 4) Lifestyle has no positive effect on loyalty, 5) Promotion has a positive effect on loyalty, 6) Lifestyle has a positive effect on loyalty mediated/intervening consumer satisfaction, 7) Promotion has a positive effect on loyalty mediated/intervening consumer satisfaction.

Keywords: Lifestyle, Promotion, Consumer Satisfaction, Loyalty



