

ABSTRAK

MEMAHAMI LOYALITAS KONSUMEN MELALUI INTERAKSI WORD OF MOUTH DAN KUALITAS PRODUK: STUDI PADA TOKO TAZKIA MART DENGAN VARIABEL KEPUASAN SEBAGAI MEDIASI

Fedra Arviana
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh secara langsung *word of mouth* terhadap loyalitas konsumen, 2) Pengaruh secara langsung kualitas produk terhadap loyalitas konsumen, 3) Pengaruh *word of mouth* terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen, 4) Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bertempat tinggal di daerah sekitar Jongke, Sleman yang pernah berbelanja atau melakukan pembelian di Tazkia Mart minimal 2 kali dalam dua bulan terakhir dengan sampel sebanyak 100 konsumen. Metode penelitian menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability* dengan metode *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square (PLS)* dengan *SmartPLS 4.0*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *Word of mouth* secara langsung tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, 2) Kualitas produk secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, 3) *Word of mouth* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi penuh oleh kepuasan konsumen, 4) Kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi sebagian oleh kepuasan konsumen.

Kata kunci: *Word of Mouth*, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

**UNDERSTANDING CONSUMER LOYALTY THROUGH THE INTERACTION OF
WORD OF MOUTH AND PRODUCT QUALITY:
A STUDY ON TAZKIA MART STORE WITH SATISFACTION VARIABLE AS
MEDIATION**

Fedra Arviana
Management Study Program, Faculty of Economics
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2024

This research aims to find out: 1) The direct effect of word of mouth on consumer loyalty, 2) The direct effect of product quality on consumer loyalty, 3) The effect of word of mouth on consumer loyalty mediated by customer satisfaction, 4) The effect of product quality on consumer loyalty mediated by customer satisfaction. The population in this study are people who live in the area around Jongke, Sleman who have shopped or made purchases at Tazkia Mart at least 2 times in the last two months with a sample of 100 consumers. The research method is quantitative research. The sampling technique is non probability with purposive sampling method. The data analysis used in this research is Partial Least Square (PLS) with SmartPLS 4.0. The results of this study indicate that: 1) Word of mouth directly had no influence on consumer loyalty, 2) Product quality directly influenced consumer loyalty, 3) Word of mouth influenced customer loyalty with full mediation by customer satisfaction, 4) Product quality influenced customer loyalty with partial mediation by customer satisfaction.

Keywords: Word of Mouth, Product Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty.