

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas produk, persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan pada Mirota Kampus Swalayan Jl. C. Simanjuntak No. 70 Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan Mirota Kampus Swalayan Jl. C. Simanjuntak No. 70 Yogyakarta yang berumur minimal 17 tahun dan pernah melakukan pembelian minimal 2 kali dalam 4 bulan terakhir. Objek dalam penelitian ini adalah Mirota Kampus Swalayan Jl. C. Simanjuntak No. 70 Yogyakarta. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 169 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling*, sebagai teknik pengambilan sampel dan teknik pengumpulan datanya menggunakan kuisioner. Data diolah menggunakan analisis jalur pada hasil regresi linier berganda yang menggunakan software *IBM SPSS Statistics 21*.

Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa persepsi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Persepsi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Persepsi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Persepsi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Persepsi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Persepsi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Persepsi kualitas produk, persepsi kualitas pelayanan, kepuasan, loyalitas

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of perception product quality, perception service quality to customer satisfaction in forming customer loyalty at Mirota Campus Swalayan Jl. C. Simanjuntak No. 70 Yogyakarta. The subjects in this study were customers Mirota Campus Swalayan Jl. C. Simanjuntak No. 70 Yogyakarta who are at least 17 years old and have made purchases at least 2 times in the last 4 months. The object in this research is Mirota Campus Swalayan Jl. C. Simanjuntak No. 70 Yogyakarta. The number of samples used in this study is 169 respondents. Sampling method used in this study is purposive sampling, as sampling technique and data collection techniques using questionnaires. The data were processed using path analysis on multiple linear regression results using IBM SPSS Statistics 21 software.

The results of the analysis show that the perception product quality have a positive and significant effect on customer satisfaction. Perception service quality have positive and significant effect to customer satisfaction. Customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty. Perception product quality have a positive and significant effect on customer loyalty. Perceptions service quality have a positive and significant effect on customer loyalty. Perception product quality have a positive and significant effect on loyalty through customer satisfaction. Perception service quality have positive and significant effect on loyalty through customer satisfaction.

Keywords: Perception product quality, perception service quality, satisfaction, loyalty