

**Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan terhadap Loyalitas
Konsumen dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel
Intervening (Studi pada Pengguna Sepatu Bata di Semarang)**

NOVIK KRISNAWATI

(Pembimbing : DR Mahmud, SE, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201302978@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Persaingan industri sepatu sangat pesat seiring dengan peningkatan permintaan akan sepatu dengan kualitas dan model yang lebih modern, dalam mempertahankan pelanggan dan menarik konsumen baru merupakan satu keuntungan bagi masyarakat. Sebagai usaha untuk mendapatkan konsumen yang loyal, maka produsen sepatu harus menyusun strategi, di antaranya adalah meningkatkan kualitas produk dan harga serta strategi pelayanan yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening, studi pada pengguna sepatu Bata di Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna sepatu Bata di Semarang. Teknik pengambilan sampel adalah menggunakan teknik accidental sampling, dan jumlah sampel yang di peroleh adalah 100 responden. Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil analisis secara simultan menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk, harga dan pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Harga dan Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian tetapi variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan Keputusan pembelian secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas konsumen tetapi kualitas produk, harga dan pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : kualitas produk, harga, pelayanan, keputusan pembelian dan loyalitas konsumen

The Influence of Product Quality, Price and Service on Consumer Loyalty with Purchasing Decision as an Intervening Variables (Study on Bata Shoe customer in Semarang)

NOVIK KRISNAWATI

(Lecturer : DR Mahmud, SE, MM)

Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 211201302978@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Shoe industry competition very rapidly along with the increased demand for shoes with quality and a more modern model, in maintaining customers and attract new consumers is a benefit to the community. As an effort to get consumers who are loyal, so shoe manufacturers must devise strategies, which are improving product quality and price also good strstegy service. This research aims to analyze the influence of product quality, price and service on customer loyalty with purchasing decisions an intervening variable, study on Bata Shoe customer in Semarang. The population in this research is Bata Shoe customer in Semarang. Sampling technique by using accidental technique sampling, and the number of samples are 100 respondents. Analysis technique using multiple linear regression. The result analysis that simultanly show that the product quality, prices and services have influence on purchasing decisions. Product quality, price and service have influence on customers loyalty. Price and service partially have influence on purchasing decisions but product quality variables have no influence on purchasing decision. While purchasing decision partially has influence on customer loyalty but product quality, price and service has no influence on customer loyalty

Keyword : product quality, price, service, purchasing decisions and consumer loyalty