

ABSTRAK

Rifqi Padhlan Sumaryono (1199240151). “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*” (Studi Pada Konsumen Ahas 08304 Hasta Mulia Bayongbong)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan industri otomotif yang terus mengalami peningkatan. Hal tersebut menunjukkan prospek yang sangat menjanjikan di masa mendatang khususnya untuk perusahaan yang berhubungan dengan industri otomotif sehingga dapat menimbulkan persaingan yang cukup kompetitif yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen serta pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu: kualitas pelayanan (Zeithaml dan Bitner dalam Dwi Suhartanto 2017), loyalitas konsumen (Phillip Kotler dan Keller dalam Mashuri 2020) dan kepuasan Konsumen (Phillip Kotler dalam Sri Rahayu 2019).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif asosiatif dengan hubungan kausal dan pendekatan kuantitatif. Adapun sampel pada penelitian ini ialah sebanyak 90 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *incidental sampling*. Menggunakan uji statistik deskriptif, uji instrumen data, analisis data menggunakan analisis jalur, uji hipotesis yang terdiri dari uji statistik t, uji koefisien determinasi dan uji signifikansi mediasi dengan menggunakan uji sobel.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar $17,930 > t\text{-tabel } 1,987$. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai signifikansi sebesar $0,045 < 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar $2,032 > t\text{-tabel } 1,987$. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar $3,821 > t\text{-tabel } 1,987$. Kepuasan konsumen mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Dimana diperoleh nilai mediasi atau Z-value sebesar $3,746 > Z\text{-tabel } 1,96$ dengan tingkat signifikansi 5%.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Loyalitas Konsumen, dan Kepuasan Konsumen