

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA PELANGGAN *HOME SERVICE* SEPEDA MOTOR LISTRIK GESITS DI FLAGSHIP STORE JAKARTA)

Oleh

Juan Sebastian Napiun

NIM : 1720043

Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada dan besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk dalam membentuk Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel *intervening* pada pelanggan *Home Service* sepeda motor listrik merk GESITS di Flagship Store Jakarta. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang menggunakan layanan *Home Service* di Flagship Store Gesits Jakarta dan diolah dengan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik *Partial Least Square* dan Analisis Jalur (*Path Analysis*) dengan menggunakan aplikasi Smart PLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (0.433 dengan nilai $T\text{ Statistic} \geq 1.96$ yaitu 5.055 ($5.055 \geq 1.96$) dan $P\text{ Values}$ 0.000 dengan tingkat signifikansi 5% atau 0.05 ($0.000 \leq 0.05$)) dan Kualitas Produk (0.479 dengan nilai $T\text{ Statistic} \geq 1.96$ yaitu 5.289 ($5.289 \geq 1.96$) dan $P\text{ Values}$ 0.000 dengan tingkat signifikansi 5% atau 0.05 ($0.000 \leq 0.05$)) terhadap Kepuasan Pelanggan, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (0.437 dengan nilai $T\text{ Statistic} \geq 1.96$ yaitu 3.601 ($3.601 \geq 1.96$) dan $P\text{ Values}$ 0.000 dengan tingkat signifikansi 5% atau 0.05 ($0.000 \leq 0.05$)), terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (0.173 dengan nilai $T\text{ Statistic} \geq 1.96$ yaitu 2.783 ($2.783 \geq 1.96$) dan $P\text{ Values}$ 0.003 dengan tingkat signifikansi 5% atau 0.05 ($0.000 \leq 0.05$)) dan Kualitas Produk (positif 0.192 dengan nilai $T\text{ Statistic} \geq 1.96$ yaitu 2.923 ($2.923 \geq 1.96$) dan $P\text{ Values}$ 0.002 dengan tingkat signifikansi 5% atau 0.05 ($0.002 \leq 0.05$)) terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan, serta terdapat pengaruh positif antara Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan namun tidak signifikan (0.055 namun nilai $T\text{ Statistic}$ berada dibawah nilai 1.96 yaitu 0.445 ($0.445 \leq 1.96$) dan nilai $P\text{ Values}$ 0.328 berada di atas tingkat signifikansi 5% atau 0.05 ($0.328 \geq 0.05$)).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan