

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT ARISTA JAYA LESTARI DEALER WULING ARISTA BINTARO**

Oleh :

**Adinda Khairunnisa**

**NIM : 1719104**

**(Administrasi Bisnis Otomotif)**

Penelitian yang dilakukan ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening baik secara langsung maupun secara tidak langsung pada PT Arista Jaya Lestari dealer Wuling Arista Bintaro. Penelitian ini menggunakan variabel bebas yakni kualitas pelayanan (X1) dan persepsi harga (X2), variabel intervening yakni kepuasan pelanggan (X3) serta variabel terikat loyalitas pelanggan (Y). Responden dalam penelitian ini ialah pelanggan yang service mobil di Dealer Wuling Arista Bintaro. Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian asosiatif atau hubungan yang bertujuan untuk mengetahui keterkaitan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Jenis hipotesis penelitian yang digunakan adalah hipotesis kausal (sebab-akibat) dan pendekatannya adalah kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan analisis jalur (path analysis), data diuji mengenai validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu dengan software SPSS versi 29. Teknik penarikan sampel adalah dengan teknik non-probability sampling. Sedangkan sampel dalam penelitian sebanyak 100 orang pelanggan yang service mobil di Dealer Wuling Arista Bintaro. Selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu dasar acuan yang bertujuan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Hasil dalam penelitian ini yaitu (1) terdapat pengaruh langsung dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien jalur sebesar 0,034 dan nilai signifikansi  $<.001$ , (2) terdapat pengaruh langsung dan signifikan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien jalur sebesar 0,354 dan nilai signifikansi 0,002, (3) terdapat pengaruh langsung dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien jalur sebesar 0,292 dan nilai signifikansi 0,006, (4) terdapat pengaruh langsung dan signifikan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien jalur sebesar 0,620 dan nilai signifikansi  $<.001$ , (5) terdapat pengaruh langsung dan signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien jalur sebesar 0,620 dan nilai signifikansi  $<.001$ , (6) terdapat pengaruh tidak langsung dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dengan koefisien jalur sebesar 0,021 dan nilai t-hitung 3,1719, (7) terdapat pengaruh tidak langsung dan signifikan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dengan koefisien jalur sebesar 0,219 dan nilai t-hitung 2,9346.

**Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Analisis Jalur**