

ABSTRAK

PASCALL MALANO TADUSO, 20112044
ANALISIS KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (STUDI KASUS PADA BIZNET
DIWILAYAH SURABAYA BARAT)

Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2024
Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Biznet.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Studi kasus dilakukan pada pelanggan Biznet di wilayah Surabaya Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 96 responden yang merupakan pelanggan Biznet. Data dianalisis menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*) untuk menguji hubungan antar variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) dengan nilai sebesar (0,000) dan harga (X2) senilai (0,031) secara signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Y). Selain itu, kepuasan pelanggan (Z) juga berperan sebagai variabel *intervening* yang memperkuat pengaruh kualitas produk (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Z) dengan nilai (0,002) dan kepuasan pelanggan (Z) juga berperan sebagai variabel *intervening* yang memperkuat pengaruh harga (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan nilai sebesar (0,000). Ini membuktikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan harga dalam membentuk loyalitas pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas produk dan penetapan harga yang kompetitif akan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap Biznet.

Penelitian ini memberikan implikasi bagi manajemen Biznet untuk lebih fokus pada peningkatan kualitas produk dan penetapan harga yang sesuai dengan nilai yang ditawarkan, guna mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi dalam literatur akademik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam industri jasa internet.