

ABSTRAK

YOLA DESIYANA WARDHANI, 22111062

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
PADA PELANGGAN PT. SANDI BAHARI NUSANTARA**

Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2026

Kata Kunci : *Service Quality, Customer Satisfaction dan Customer Loyalty.*

Persaingan dalam industri jasa logistik dan maritim menuntut perusahaan agar memberikan pelayanan yang andal, cepat, aman, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan agar hubungan bisnis dapat dipertahankan dalam jangka panjang. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi pada pelanggan PT. Sandi Bahari Nusantara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kuisioner terhadap 100 responden dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS) 4 versi 4.1.1.8. Hasil pengolahan data menunjukkan *Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*, dengan nilai *Original Sample* 0,578, *T-Statistics* 4,836, dan *P-Values* 0,000. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, dengan nilai *Original Sample* 0,757, *T-Statistics* 14,784, dan *P-Values* 0,000. *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*, dengan nilai *Original Sample* 0,328, *T-Statistics* 2,577, dan *P-Values* 0,010, lalu untuk hasil uji mediasi menunjukkan bahwa *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*, dengan nilai *Original Sample* sebesar 0,248 *T-Statistics* sebesar 2,604, dan *P-Values* sebesar 0,009. Nilai *T-Statistics* 4,103 lebih besar dari 1,96 dan *P-Values* 0,000. Karena pengaruh langsung dan tidak langsung hasilnya signifikan, maka *Customer Satisfaction* terbukti berperan sebagai mediator parsial. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan tidak hanya meningkatkan loyalitas secara langsung, tetapi juga melalui terciptanya kepuasan pelanggan yang mendorong penggunaan ulang, rekomendasi positif, dan keberlanjutan hubungan kerja sama dengan PT. Sandi Bahari Nusantara.