

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan di Pasar Tradisional Kembang Surabaya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data pengolahan berupa data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan sayur mayur di Pasar Tradisional Kembang Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik insidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 40 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah analisis jalur (*path*). Data diolah menggunakan program Software SPSS 23.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan bahwa nilai t hitung sebesar 9,088 dengan tingkat signifikansi 0,000 sehingga ($0,000 < 0,05$); (2) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan bahwa nilai t hitung sebesar 2,151 dengan tingkat signifikansi 0,038 sehingga ($0,038 < 0,05$); (3) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan bahwa nilai t hitung sebesar 16,256 dengan tingkat signifikansi 0,000 sehingga ($0,000 < 0,05$); (4) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan bahwa nilai t hitung sebesar 2,254 dengan tingkat signifikansi 0,030 sehingga ($0,030 < 0,05$); (5) kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan bahwa nilai t hitung sebesar 7,651 dengan tingkat signifikansi 0,000 sehingga ($0,000 < 0,05$); (6) kualitas produk berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Berdasarkan perhitungan diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,937 dan pengaruh tidak langsung sebesar 1,564, yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan nilai pengaruh langsung.;(7) kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Berdasarkan perhitungan diketahui nilai pengaruh langsung sebesar 0,130 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,278, yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan nilai pengaruh langsung.

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

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine a consumer satisfaction and loyalty based on the quality of the product and the quality of the service at Pasar Tradisional Kembang

Surabaya. Using a quantitative method, the primary data of the research was obtained from questionnaires which were specifically given to consumers who bought vegetables at the market. These questionnaires had also been tested for their validity and reliability. 40 people were involved as the sample in this study as they were gathered by applying incidental sampling approach while the hypothesis answer was concluded by using path analysis technique. Software SPSS 23.0 was used to develop the data.

The study shows seven results in total: (1) the customer satisfaction depends significantly on the quality of the product. It is proven that the t-value is 9,088 with 0,000 significance which means $(0,000 < 0,05)$; (2) the service quality makes significant effect on the customer satisfaction. The result shows that the value of t is 2,151 at significance level of 0,038 $(0,038 < 0,05)$; (3) the quality of the product significantly determines the consumer loyalty. Based on the data obtained, the t-value is 16,256 at significance level of 0,000 $(0,000 < 0,05)$; (4) the quality of service significantly determines the consumer loyalty. It is proven by the data obtained that the t-value is 2,254 with 0,030 significance level $(0,030 < 0,05)$; (5) the consumer loyalty depends significantly on their satisfaction. The result data shows 7,651 on t-value with 0,000 significance level $(0,000 < 0,05)$; (6) the quality of the product has an indirect effect on the consumer loyalty through their satisfaction. Based on the calculation, it is revealed that the value of the direct significant effect is 0,937, while the value of the opposite is 1,564. In conclusion, the value of the indirect significant effect is greater than the former. ;(7) the service quality gives an indirect effect on the consumer loyalty. It is known from the result data that the direct significant effect value is 0,130 while the indirect significant effect value is 0,278, which means the indirect significant value is greater than the opposite.

Key words : Product Quality, Service Quality, Constomer Loyalty, Customer Satisfaction