

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan (X_1), loyalitas (X_2), dan harga (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y) melalui kualitas pelayanan (Z) pada toko master foto studio Kodak digital cabang rungkut di Surabaya secara parsial maupun simultan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode analisis jalur. Populasi penelitian ini adalah pelanggan master foto studio Kodak digital cabang rungkut di Surabaya. Sampel penelitian diambil sebanyak 100 responden yang melakukan proses transaksi pada bulan November 2018 dan menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data diambil melalui kuesioner dan diolah dengan software SPSS 15.0. uji yang dilakukan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji simultan (F), uji parsial (T), uji koefisien determinasi (R^2), uji sobel dan uji analisis jalur. Setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yang diajukan, maka diperoleh nilai signifikansi 0,000 uji (F) = (X_1), (X_2), (X_3) terhadap (Z) maupun (X_1), (X_2), (X_3) dan (Z) terhadap (Y). dan hasil uji (T) regresi 1 variabel kepercayaan (X_1) diperoleh nilai sig 0,243 > 0,05. Variabel loyalitas (X_2) diperoleh nilai sig 0,000. Variabel (X_3) diperoleh nilai sig 0,000..terhadap kualitas pelayanan (Z). dan uji (T) regresi 2 variabel kepercayaan (X_1) diperoleh nilai sig 0,001, variabel loyalitas (X_2) diperoleh nilai sig 0,320 > 0,05, variabel harga (X_3) diperoleh nilai sig 0,002 dan pada variabel kualitas pelayanan (Z) diperoleh nilai sig 0,000. Terhadap kepuasan konsumen (Y). yang artinya pada penelitian ini, ternyata variabel harga yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kepercayaan, Loyalitas, Harga, Kualitas pelayanan, Kepuasan konsumen

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine the effect of trust (X_1), loyalty (X_2), and price (X_3) on customer satisfaction (Y) through service quality (Z) at the master store of digital Kodak photo studio, Rungkut branch in Surabaya partially or simultaneously. This research is a kind of quantitative research with path analysis method. The population of this research is the Rungkut branch Kodak digital photo studio customer master in Surabaya. The research sample was taken as many as 100 respondents who conducted the transaction process in November 2018 and used the probability sampling method with a purposive sampling technique. Data was taken through a questionnaire and processed with SPSS 15.0 software. Tests carried out include validity test, reliability test, classic assumption test, simultaneous test (F), partial test (T), test coefficient of determination (R^2), Sobel test and path analysis. After testing the proposed hypothesis, the significance value of 0,000 test (F) = (X_1), (X_2), (X_3) to (Z) and (X_1), (X_2), (X_3) and (Z) is measured. (Y). and the results of the (T) regression test 1 trust variable (X_1) obtained a sig value of 0.243 > 0.05. Loyalty variable (X_2) obtained a sig value of 0,000. Variable (X_3) obtained a sig value of 0,000 ... towards service quality (Z). and (T) regression test 2 trust variables (X_1) obtained sig value 0.001, loyalty variable (X_2) obtained sig value 0.320 > 0.05, price variable (X_3) obtained sig value 0.002 and in service quality variable (Z) obtained value sig 0,000. Against customer satisfaction (Y). which means in this research, it turns out that price variables most influence consumer satisfaction.

Keywords: Trust, Loyalty, Price, Service quality, Consumer satisfaction