

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “pengaruh equitas merk dan kualitas layanan terhadap kepuasan Konsumen Indomaret PB Sudirman 2 Pasuruan” bertujuan untuk mengetahui pengaruh Equitas merk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Indomaret PB Sudirman Pasuruan. sejumlah 50 orang, dengan sampel probability sampling yaitu konsumen kelas 1, yang melaksanakan pemakaian ulang produk rumah sakit patar asih sebanyak 51 Responden. Penelitian dengan menggunakan SPSS versi 16, dengan uji instrumen, validitas, uji Reliabilitas, Uji asumsi klasik yaitu uji Normalitas, Heterokedasitas, dan uji multikolienaritas. Uji analisi jalur, uji t dan koefisien determinan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, uji validitas semua instrumen dinyatakan valid, dengan hasil $< 0,60$, sedangkan uji reliabilitas variabel Kualitas pelayanan 0,831. Variabel Equitas Merk 0,846. Variabel Kepuasan konsumen 0,848 dan variabel layanan konsumen 0,846, hal ini berarti semua variabel reliabel untuk diteliti. Uji asumsi klasik, uji normalitas taburan item bertabur normal, untuk uji heterosekedasitas tidak ada penyimpangan, serta uji multikolienaritas $>$ dari 10. hal ini berarti tidak ada variabel pengganggu. Hasil pengujian hipotesa, pengaruh langsung kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi 0,404 dengan nilai pengaruh 0,094. Pengaruh equitas merk terhadap kepuasan konsumen berpengaruh signifikan dengan nilai signifikan 0,000 dengan nilai pengaruh 0,744. Sedangkan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen berpengaruh signifikan dengan nilai signifikan $-0,772$, nilai pengaruh $-0,025$. Pengaruh word of mouth terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai signifikansi $-0,284$, lebih kecil dari 0,05, maka berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai pengaruh $-0,0127$.

Pengaruh kepuasan konsumen terhadap terhadap loyalitas konsumen dengan tarap signifikan 0,000, nilai pengaruh 1,009, hal ini berarti kepuasan konsumen berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas konsumen. Hasil pengaruh tidak langsung dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui Kepuasan konsumen lebih besar yaitu 0,119, sedangkan pengaruh langsung 0,094. Pengaruh word of Mouth terhadap loyalitas konsumen melalui Kepuasan konsumen adalah, pengaruh langsung adalah — 0,127, sedangkan pengaruh tidak langsung — 0,255, hal ini berarti semua variabel akan berhasil baik apabila melalui kepuasan Konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Equitas Merk, Kepuasan Konsumen , Loyalitas konsumen.

ABSTRACT

This study entitled "the influence of brand equity and service quality on consumer satisfaction of Indomaret PB Sudirman 2 Pasuruan" aims to determine the effect of brand equity and service quality on consumer satisfaction of Indomaret PB Sudirman Pasuruan. a total of 50 people, with a probability sampling sample of class 1 consumers, who carry out reuse of Patar asih hospital products as many as 51 respondents. This research uses SPSS version 16, with instrument test, validity, reliability test, classical assumption test, namely normality test, heteroscedasticity, and multicollinearity test. Path analysis test, t test and determinant coefficient. The results of the study show that the validity test of all instruments is declared valid, with results <0.60 , while the reliability test of the service quality variable is 0.831. Brand Equity Variable 0.846. The consumer satisfaction variable is 0.848 and the customer service variable is 0.846, this means that all variables are reliable to be studied. The classical assumption test, the normality test for the distribution of normal studded items, for the heteroscedasticity test there were no deviations, as well as the multicollinearity test > 10 . This means that there are no confounding variables. The results of hypothesis testing, the direct effect of service quality has no significant effect on consumer satisfaction with a significance value of 0.404 with an influence value of 0.094. The influence of brand equity on consumer satisfaction has a significant effect with a significant value of 0.000 with an influence value of 0.744. While Service Quality on Consumer Loyalty has a significant effect with a significant value - 0.772, the influence value - 0.025. The effect of word of mouth on customer loyalty with a significance value of -284, less than 0.05, it has a significant effect on consumer loyalty with an influence value of - 0.0127. The

influence of consumer satisfaction on consumer loyalty with a significant level of 0.000, the value of the effect is 1.009, this means that consumer satisfaction has a significant positive effect on consumer loyalty. The result of the indirect effect of service quality on consumer loyalty through consumer satisfaction is greater, namely 0.119, while the direct effect is 0.094. The effect of word of mouth on consumer loyalty through consumer satisfaction is, the direct effect is - 0.127, while the indirect effect is - 0.255, this means that all variables will work well if through consumer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Brand Equity, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty.