

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Centro departement store galaxy mall Surabaya melalui keputusan pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara langsung dan tidak langsung. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu. Penelitian yang menitik beratkan pada pengujian hipotesa dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan. Populasi penelitian ini adalah konsumen di Centro departement store galaxy mall Surabaya. Jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus Lemeshow. Metode pengumpulan data dokumentasi dan kuesioner. Sementara analisa data dilakukan melalui analisis jalur untuk mengetahui pengaruh langsung menggunakan SPSS 25.0 for windows dan untuk pengaruh tidak langsung menggunakan metode uji sobel. Pada hasil penelitian variabel harga dan kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 15.7%. Pada variabel harga, kualitas produk dan keputusan pembelian dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 65.2%.

Kata kunci : Harga, Kualitas produk, Loyalitas pelanggan, Keputusan pembelian.

ABSTRAC

This research was conducted to determine the effect of price and product quality on customer loyalty at the Centro deapartement storeGalaxy Mall Surabaya through purchasing decisions. The purpose of this study was to determine the direct and indirect effects. This research was conducted using a quantitative approach, namely. Research that focuses on testing hypotheses with statistical analysis tools and produces conclusions. The population of this research is consumers at the Centro department store galaxy mall Surabaya. Take a sample of 100 respondents using the Lemeshow formula. Methods of collecting documentation data and questionnaires. Meanwhile, data analysis was carried out through pathanalysis to determine the direct effect using SPSS 25.0 for windows and forthe indirect effect using the Sobel test method. In the research results variable price and product quality can influence purchasing decisions by 15.7%. In the price variable, product quality and purchase decisions can affect customer loyalty by 65.2%.

Keywords: Price, product quality, customer loyalty, purchase decision.