

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada PT. Triduta Solusindo Computama Surabaya”. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kelengkapan produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen. Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang diperoleh dari pembagian kuesioner kepada responde. Merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan sampel 60 responden. Hasil penelitian dengan menggunakan *Path Analysis* yaitu Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan kontribusi sebesar 53.6 %, Kelengkapan Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan kontribusi sebesar 38.8%. kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan kontribusi sebesar 39.5%. Harga terhadap berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan kontribusi sebesar 34.1%. kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan jumlah kontribusi 22.7%. harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen berpengaruh signifikan dengan kontribusi 55.2%. kelengkapan produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen berpengaruh signifikan dengan besar kontribusi 38%.

Kata kunci: Harga, Kelengkapan Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

ABSTRACTS

The research was titled, "Price Products and Product Completeness Against Customer Loyalty Through Customer Satisfaction at PT. Triduta Solusindo Computama Surabaya ". Information about the completeness of the product against Consumer Loyalty through Customer Satisfaction. This study uses primary data sources obtained from the distribution of questionnaires to respondents. Is a type of quantitative research with a sample of 60 respondents. The results of research using Path Analysis are Price significant to Customer Satisfaction with a contribution of 53.6%, Product Completeness is significant to Customer Satisfaction with a contribution of 38.8%. Consumer satisfaction is significant for consumer loyalty with a contribution of 39.5%. Price against the significance of consumer loyalty with a contribution of 34.1%. Product completeness is significant to consumer loyalty with a contribution of 22.7%. prices affect consumer loyalty through significant consumer satisfaction 55%. complete product to consumer loyalty through significant customer satisfaction with a large contribution of 38%.

Keywords: Price, Product Completeness, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty