

## ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi S-1 Manajemen  
2022

**Yodi Novanto**

**1202018223**

**Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi (Survey pada Pelanggan Depot Permata Cabe Wonogiri).**

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi dan Tinjauannya dari Perspektif Islam. Sampel dalam penelitian ini adalah 110 pelanggan Depot Permata Cabe. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan instrumen kusioner melalui google form. Metode analisis data yang digunakan yaitu *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan *software Smart Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan persepsi harga dapat dijadikan model yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dengan dimediasi kepuasan pelanggan ( $p\text{-value} < 0,01$ ). Kualitas produk dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan ( $p\text{-value} < 0,01$ ), sementara harga tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat menjadi mediator yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan ( $p\text{-value} 0,32$ ) dan Kepuasan pelanggan dapat menjadi mediator yang mempengaruhi persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan ( $p\text{-value} 0,267$ ). Tinjauan Islam menjelaskan bahwa dalam kualitas produk dan penetapan harga kepada pelanggan harus sesuai syari'at Islam dan tidak boleh menzalimi sesama manusia. Kepuasan pelanggan merupakan wujud dari rasa syukur. Semua hal tersebut dapat memiliki pengaruh baik terhadap loyalitas pelanggan jika didasari aturan syari'at Islam, penuh keikhlasan dan rasa syukur kepada Allah SWT.

Kata kunci: kualitas produk, persepsi harga, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

## ABSTRACT

*Faculty of Economics and Business  
Study Program of Management (S1)  
2022*

*Yodi Novanto*

*1202018223*

*The Effect of Product Quality and Price Perception on Customer Loyalty through Customers as Mediation (Survey on Customers of Permata Cabe Depot Wonogiri).*

### *Abstract*

This study aims to determine the effect of Product Quality and Price Perception on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as Mediation and its Review from an Islamic Perspective. The sample in this study were 110 customers of Permata Cabe Depot. The sampling technique used is purposive sampling. Data was collected using a questionnaire instrument via google form. The data analysis method used is Structural Equation Model (SEM) using Smart Partial Least Square (PLS) software. The results showed that product quality and price perception can be used as models that affect customer loyalty mediated by customer satisfaction (p-value < 0.01). Product quality and customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty (p-value < 0.01), while price has no effect on customer loyalty. Customer satisfaction can be a mediator that affects service quality on customer loyalty (p-value 0.32) and customer satisfaction can be a mediator that affects price perceptions on customer loyalty (p-value 0.267). The Islamic review explains that in product quality and pricing to customers, it must be in accordance with Islamic law and must not oppress fellow human beings. Customer satisfaction is a form of gratitude. All of these things can have a good influence on customer loyalty if they are based on the rules of Islamic law, full of sincerity and gratitude to Allah SWT.

*Keywords: product quality, price perception, customers satisfaction, and customers loyalty.*