

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi
Program Studi S-1 Manajemen
2018

Agil Isa Anwari

120.2014.011

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Faktor Mediator dan Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Pelanggan PO Harapan Jaya di Terminal Pulogebang)

106 halaman + xv halaman + 16 tabel + 2 gambar dan 5 lampiran

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai faktor mediator. Penelitian didesain sebagai *explanatory research*. Populasi penelitian adalah pelanggan PO Harapan Jaya di Terminal Pulogebang Jakarta Timur dengan jumlah sampel 119 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan wawancara terhadap sebagian responden. Analisis data menggunakan Metode *Partial Least Square Structural Equation Modeling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan dapat dijadikan model yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dengan dimediasi kepuasan pelanggan ($p\text{-value} < 0,01$). Kualitas pelayanan 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 ($p\text{-value} 0,003$). Tinjauan Islam menjelaskan bahwa dalam menetapkan harga dan memberikan pelayanan 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 : harga, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan

ABSTRACT

**Faculty Of Economy
Study Program S-1 Management
2018**

Agil Isa Anwari

120.2014.011

The Influence Of Price and Quality of Services On Customer Loyalty with Customer Satisfaction as Mediator Factor and Seen from The Perspective Of Islamic (Study Of The PO Harapan Jaya Customer in Pulogebang Bus Station)

106 pages + xv pages + 16 tables + 2 pictures + and 5 attachments

Abstract

This research was conducted with the aim to examine the effect of price and quality of service on customer loyalty with customer satisfaction as a mediator factor. Research is designed as an explanatory research. The population of this research is PO Harapan Jaya consumers at Pulogebang Bus Terminal, East Jakarta, with sample number 119 respondents. Data were collected by using questionnaires and interviews on some respondent. The research analyzed by Partial Least Square Structural Equation Model method. The results showed that price and quality of service can be used as a model that influences customer loyalty mediating by customer satisfaction (p-value <0,01). Service quality and customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty (p-value <0.01), while price has no influence to customer loyalty. Customer satisfaction can be a mediator that affects quality of service to costumer loyalty (p-value 0,003). The Islamic review explains that in determining the price and providing service to the customer must be according to Islamic syari'at and should not be tyrannical to human beings. Customer satisfaction is a form of gratitude. All of these things can have a good influence on customer loyalty if based on the rules of Islamic syari'at, full of sincerity and gratitude to Allah SWT.

Keywords : price, quality of service, customer loyalty, customer satisfaction