

ABSTRAK

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu indikator penting pada UMKM bengkel motor yang bergerak dibidang jasa pelayanan dan penjualan *spare part* motor yang merupakan bagian dari penilaian pelanggan terhadap kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan setelah menggunakan jasa atau membeli *spare part* di bengkel tersebut. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana hasil variabel loyalitas pelanggan setelah menggunakan jasa atau melakukan pembelian di bengkel tersebut dan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel harga produk terhadap variabel loyalitas pelanggan dan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel harga produk terhadap loyalitas pelanggan melalui variabel kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 607 orang atau responden selama periode 6 bulan. Adapun sampel yang diambil dari banyaknya populasi menggunakan Slovin sebanyak 86 responden. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Analisis data terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan metode analisis jalur (*Path Analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga produk terhadap variabel loyalitas pelanggan terdapat pengaruh signifikan, dengan nilai Beta 0,546 yang menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel loyalitas pelanggan terhadap variabel harga produk secara parsial. Variabel loyalitas pelanggan melalui variabel kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap variabel harga produk, berdasarkan hasil analisis yang dilakukan diketahui nilai F hitung $26,655 >$ nilai F tabel 3,11. Maka variabel loyalitas pelanggan melalui variabel kepuasan pelanggan secara simultan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel harga produk.

Kata kunci : *loyalitas pelanggan, harga produk dan Path Analysis (Analisis Jalur)*

ABSTRACT

Customer loyalty is one of the important indicators in UMKM motorcycle repair shops engaged in the field of service and sales of motorcycle spare parts which is part of customer assessment of satisfaction obtained by customers after using services or buying spare parts at the workshop. The purpose of this study is to determine the results of customer loyalty variables after using services or making purchases at the workshop and to determine whether there is an influence of product price variables on customer loyalty variables and to determine whether there is an influence of product price variables on customer loyalty through customer satisfaction variables. The population in this study was 607 people or respondents over a period of 6 months. The sample taken from the large population using Slovin was 86 respondents. Data collection techniques using questionnaires. Data analysis consists of validity tests, reliability tests, classical assumption tests, hypothesis tests and path analysis methods. The results showed that the product price variable on the customer loyalty variable had a significant influence, with a Beta value of 0.546 which shows the magnitude of the influence of the customer loyalty variable on the product price variable partially. Customer loyalty variables through customer satisfaction variables have a simultaneous effect on product price variables, based on the results of the analysis, the calculated F value is $26.655 > F$ table value 3.11. So the customer loyalty variable through customer satisfaction variables simultaneously has a significant effect on the product price variable..

Keywords: Customer Loyalty, Product Prices and Path Analysis



KARAWANG

