

ABSTRAK

Loyalitas konsumen adalah aspek terpenting yang harus di perhatikan bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa, karena bisa dianggap sebagai salah satu aset yang sangat penting. Selain itu terdapat beberapa aset penting yang berkaitan dengan loyalitas konsumen, yaitu kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan harga yang dimediasi kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen atas jasa sertifikasi dan konsultansi PT Surveyor Indonesia (Persero) Cabang Surabaya.

Penelitian ini dilakukan pada PT Surveyor Indonesia (Persero) Cabang Surabaya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan *purposive sampling*, dimana peneliti menentukan pemilihan sampelnya diperoleh dengan kriteria-kriteria tertentu atas fenomena yang terjadi dalam penelitian ini. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 101 sampel, Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur *path analysis* dengan menggunakan program AMOS 22.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen. Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Harga secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, harga, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen

ABSTRACT

Consumer's loyalty is the most important aspect that needs to be considered by company, in which focus on service. Besides, this element becomes one of the crucial assets. Moreover, there are other essential assets which related on consumer's loyalty such as: service quality, price and consumer's satisfaction. Therefore, this research aimed to examine the effect of service quality and price which were intervened by consumer's satisfaction on its loyalty of PT Surveyor Indonesia (Persero), Surabaya which focus on certification and consultation service.

The population was PT Surveyor Indonesia (Persero), Surabaya While, the research was quantitative. Furthemore, the data collection technique used purposive sampling, in which the sample was based on criteria given. In line with, there were 101

Samples. Additionally, the data analysis technique used path analysis with AMOS 22.

The research result cocluded service quality as well as price had positive and significant effect on consumer's loyalty. Meanwhile, both service quality and price had positive and significant effect on consumer's satisfaction. In addition, consumer's satisfaction had positive and significant effect on its loyalty. In brief, service quality as well as price had indirect effect on consumer's loyalty through its satisfaction.

Keywords: Service Quality, Price, Consumer's Satisfaction, Consumer's Loyalty