

ABSTRAK

PERSEPSI TENTANG HARGA PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN KONSUMEN

Oleh

RAMADHAN

This study aimed to determine the influence of consumer perception of product price, quality of service and customer satisfaction on consumer loyalty to UKM MART Lampung University Students Cooperative in 2015. The population in this study amounted to 140 / day. Sampling technique was using Non Probability Sampling using accidental sampling technique. The sample in this study amounted to 104 consumers. Unit analysis was using linear regression and Path Analysis. The research subjects were the consumer of UKM MART Lampung University Students Cooperative in March 2015. The method used in this research was descriptive verification, ex post facto approach and survey method. The results showed that there was an influence consumer perception of product price, quality of service and customer satisfaction to customer loyalty both directly and indirectly.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada pengaruh persepsi konsumen tentang harga jual produk, kualitas pelayanan dan Kepuasan konsumen terhadap Loyalitas konsumen pada UKM MART Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung 2015. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 140/hari. Teknik sampling dengan menggunakan *Non Probability Sampling* dengan menggunakan Teknik *Accidental Sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 104 konsumen. Unit analisis dengan menggunakan *Regresi Linier* dan *Path Analysis*. Subjek penelitian yaitu konsumen UKM MART Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung bulan Maret 2015. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif verifikatif, dengan pendekatan *ex post facto* dan metode *survey*. Hasil penelitian menunjukkan: bahwa ada pengaruh persepsi konsumen tentang harga jual produk, kualitas pelayanan dan Kepuasan konsumen terhadap Loyalitas konsumen baik secara langsung maupun secara tidak langsung.

Kata kunci: harga, kualitas pelayanan, loyalitas dan kepuasan konsumen.