

**PENGARUH HARGA BARANG DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA PT. BROTHER GROUP, MEDAN**

**ABSTRAK
SHERLY OGESTINE**

Jumlah kompetitor yang kian meningkat memaksa perusahaan untuk lebih kompetitif dalam bertindak dan mengambil keputusan dalam memasarkan produk ataupun jasa yang perusahaan miliki. Loyalitas pelanggan menjadi sasaran setiap perusahaan supaya perusahaan dapat bertahan serta tumbuh berkembang dalam pasar. Kualitas produk, harga produk juga tentunya memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan juga loyalitas pelanggan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga produk, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, dan ada atau tidaknya korelasi antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam pengerjaannya peneliti menggunakan data primer yang diperoleh dari kuisioner yang dibagikan kepada pelanggan PT. Brother Group, Medan, Jumlah responden yang digunakan sebanyak 92 responden. Data primer ini diolah dengan menggunakan bantuan software statistik SPSS 22. Uji yang dilakukan dalam meliputi uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji multikolinieritas, dan heteroskedastisitas, dilanjutkan dengan analisis jalur kemudian uji hipotesis yang meliputi uji parsial, uji determinasi dan juga uji sobel. Dalam penelitian ini harga dikodekan dengan (x1), kualitas produk dengan (x2), kepuasan pelanggan (Z), dan loyalitas pelanggan dengan (Y)

Adapun hasil yang diperoleh pada penelitian ini menunjukkan bahwa x1 berpengaruh signifikan terhadap Y dimana nilai t hitung sebesar $2,615 > t \text{ table } 1,661$. x2 tidak berpengaruh dan tidak signifikan pada Y dengan nilai t hitung $0,788 < t \text{ table } 1,661$. x1 berpengaruh dan signifikan pada Z, dengan t hitung $5,243 > t \text{ table } 1,661$, x2 berpengaruh dan signifikan pada Z dengan t hitung $3,314 > t \text{ table } 1,661$, Z berpengaruh dan signifikan terhadap Y dengan t hitung $6,222 > t \text{ table } 1,661$, x1 berpengaruh terhadap Y dengan Z sebagai variabel intervening dengan nilai t hitung $3,941633 > t \text{ table } 1,661$, x2 berpengaruh terhadap Y dengan Z sebagai variabel intervening dengan nilai t hitung $2,930647902 > t \text{ table } 1,661$.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan