

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI DI CV. SEMERU MARKETINDO KABUPATEN LUMAJANG)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen



MITA OKTAVIANI

NIM. 215122115

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA GAMA LUMAJANG**

2019

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI DI CV. SEMERU MARKETINDO KABUPATEN LUMAJANG)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan data primer yang di peroleh dari hasil pengisian kuesioner terhadap pelanggan pada CV. Semeru Marketindo Lumajang yang berjumlah 60 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan baik secara parsial maupun simultan dengan koefisien determinasi sebesar 22,6% dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu harga dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 77,4% loyalitas pelanggan di pengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak di teliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian ini, CV. Semeru Marketindo Lumajang tetap mempertahankan kesesuaian harga yang terdaftar pada aplikasi dengan harga di lapangan serta memperhatikan dan mengevaluasi para *driver* dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan agar pelanggan akan tetap setia, tidak akan terpengaruh oleh pihak pesaing dan juga merekomendasikan kepada orang lain.

Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

**RELATIONSHIP BETWEEN PRICES AND QUALITY OF SERVICE
ON CUSTOMER LOYALTY
(STUDY IN CV. SEMERU MARKETINDO DISTRICT LUMAJANG)**

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship or influence of price and service quality on customer loyalty both partially and simultaneously. This study uses primary data obtained from the results of filling out questionnaires to customers on CV. Semeru Marketindo Lumajang totaling 60 respondents. The analytical method used in this study is multiple linear regression. The results of multiple linear regression analysis show that price and service quality have a positive and significant relationship to customer loyalty both partially and simultaneously with determinant cofesiveness of 22.6% can be explained by the independent variables namely price and service quality. While the remaining 77.4% customer loyalty is influenced by other variables not examined in this study. Based on the results of this study, CV. Semeru Marketindo Lumajang still maintains the suitability of prices listed on applications with prices in the field and pays attention to and evaluates the drivers in providing services to customers so that customers will remain loyal, not be affected by competitors and also recommend to others.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Loyalty

