

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Pada Pelanggan Amanda Brownies Di Kota Yogyakarta Cabang Diponegoro)

Disusun oleh :

Sulistyo Adi Nugroho

152160106

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan Amanda Brownies Yogyakarta cabang Diponegoro. Jenis penelitian ini adalah explanatory research. Populasi penelitian ini meliputi pelanggan Amanda Brownies Yogyakarta cabang Diponegoro dengan jumlah 100 sample. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Non Probability Sampling, dengan metode convenience sample. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur, dengan bantuan program IBM SPSS *versi 21*.

Hasil penelitian ini menunjukkan: (H1) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Sig. (0,00 < 0,05) dan nilai t-hitung 6,546 > t-tabel 1,660. (H2) Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Sig. (0,00 < 0,05) dan nilai t-hitung 3,802 > t-tabel 1,660. (H3) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sig. (0,020 < 0,05) dan nilai t-hitung 2,362 > t-tabel 1,660. (H4) Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sig. (0,003 < 0,05) dan nilai t-hitung 3,039 > t-tabel 1,660. (H5) Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sig. (0,00 < 0,05) dan nilai t-hitung 9,161 > t-tabel 1,660. (H6) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening dengan nilai beta 0,351. (H7) Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening dengan nilai beta 0,203.

**Kata Kunci** : Kualitas Produk, Promosi Penjualan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan

# **INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND SALES PROMOTION ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLES**

(Study on Amanda Brownies Customers in Yogyakarta City, Diponegoro Branch)

Arranged by :

Sulistyo Adi Nugroho

152160106

## **ABSTRACT**

This study aims to determine: The Effect of Product Quality and Sales Promotion on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as an intervening variable in customers of Amanda Brownies Yogyakarta Diponegoro branch. This type of research is explanatory research. The population of this study includes 100 samples of Amanda Brownies Yogyakarta Diponegoro customers. The sampling technique used was convenience sample. The analysis technique used is path analysis.

The results of this study indicate: (H1) Product quality has a significant effect on customer satisfaction with Sig. (0.00 <0.05) and the t-count value of 6,546 > t-table of 1.660. (H2) Sales Promotion has a significant effect on Customer Satisfaction with Sig. (0.00 <0.05) and the t-count value 3.802 > t-table 1.660. (H3) Product Quality has a significant effect on Customer Loyalty with Sig. (0.020 <0.05) and the t-count value 2.362 > t-table 1.660. (H4) Sales Promotion has a significant effect on Customer Loyalty with Sig. (0.003 <0.05) and the t-count value of 3.039 > t-table 1.660. (H5) Customer Satisfaction has a significant effect on Customer Loyalty with Sig. (0.00 <0.05) and the t-count value of 9.161 > t-table 1.660. (H6) Product quality has a significant effect on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable with a beta value of 0.351. (H7) Sales Promotion has a significant effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as an intervening variable with a beta value of 0.203.

**Keywords** : Product Quality, Sales Promotion, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty