

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of product quality, pricing and distribution channels to customer satisfaction and its implications for customer loyalty in serving the Gerai Muamalat payment transactions from PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. The Datas used was from surveys result conducted in January to March 2016 in the region of northern Sumatra. The sampling method used was purposive non-probability sampling. Research population are 200 Gerai Muamalat's Customers, 133 respondents met the sampling criteria. Methodology used in this research is 2 step path analysis. The results show that the quality of products, prices and distribution channels have positive and significant impact on customer satisfaction variable either individually or together. Conclusion of this study that entire variable have positive and significant impact to customer loyalty variable. Customer satisfaction variable are the greatest influence to customer loyalty. Recommendation from this research are, the company need to enhanced features in the product quality variable. and need to further research of promotion variable, also company should give such as gift promotion program in order to increase customer loyalty Gerai Muamalat

Keywords: Quality Product, Price, Distribution Channel, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Path Analysis.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan saluran distribusi untuk kepuasan pelanggan dan implikasinya terhadap loyalitas pelanggan dalam melayani transaksi pembayaran Gerai Muamalat dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Data yang digunakan adalah hasil dari survei yang dilakukan pada bulan Januari sampai Maret 2016 di wilayah Sumatera Utara. Metode sampling yang digunakan adalah purposive non- probability sampling. populasi pelanggan 200 orang Gerai Muamalat, 133 responden memenuhi kriteria sampling. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur 2 langkah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan saluran distribusi yang positif dan dampak yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan baik secara individu atau bersama-sama. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa seluruh variabel memiliki variabel loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan. variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terbesar terhadap loyalitas pelanggan. Rekomendasi dari penelitian ini adalah perusahaan perlu fitur yang disempurnakan dalam variabel kualitas produk. dan perlu penelitian lebih lanjut dari variabel promosi, dan perusahaan harus memberikan seperti program promosi hadiah dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan Gerai Muamalat

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Saluran Distribusi, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Analisis Jalur.