

## ABSTRAK

Penelitian mengenai loyalitas pelanggan cukup banyak dilakukan, maka peneliti akan membahas tentang analisa pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediator terhadap loyalitas pelanggan di PT. Asuransi Central Asia Cabang Bintaro. Dan jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel moderator terhadap loyalitas pelanggan. Serta untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang masih dipertahankan atau diperbaiki pada loyalitas pelanggan di PT. Central Asia. Metode penelitian yang penulis lakukan adalah dengan metode penelitian kuantitatif. Dimana pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel pelanggan yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan persentase tanggapan mereka, kemudian diolah melalui program smartPLS untuk mengetahui pengaruh antar variabel yang ada. Desain tersebut digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel eksogen dan variabel endogen.

Kata kunci : kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.



## **ABSTRACT**

*Research on customer loyalty is quite a lot done, hence researcher akak discuss about the influence of product quality, service quality with customer satisfaction as mediator variable to customer loyalty in PT. Insurance Central Asia Bintaro Branch. And the number of respondents in this study as many as 100 respondents. The purpose of this research is to know how big influence of product quality, service quality with customer satisfaction as moderator variable to customer loyalty. And to know what factors are still maintained or improved on customer loyalty in PT. Central Asia. Research method that writer do is by method of quantitative research. Where quantitative data measurements and objective statistics through scientific calculations are derived from a sample of customers who are asked to answer a number of questions about the survey to determine the frequency and percentage of their responses, then processed through the smartPLS program to determine the effect between variables that exist. The design was used to examine the effect between exogenous variables and endogenous variables.*

*Keywords: product quality, service quality, customer satisfaction and customer loyalty.*

