

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN

Riza Meilani^{1*}, Triyono Arief Wahyudi²

Manajemen, Fakultas Bisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis, Jakarta, Indonesia

*E-mail korespondensi : meilaniriza@gmail.com

Article Information

Received: 20 Jun 2019
Revised: 14 Jul 2019
Accepted: 5 Aug 2019
Online: 13 Aug 2019

Keywords: *perceived quality, promotion, customer satisfaction, customer loyalty*

Tipe Artikel : *Research paper*



Published by Fakultas
Ekonomi
Universitas Islam Attahiriyah

ABSTRACT

This research aims to know the influence of perceived quality and promotion on customer satisfaction and its impact on customer loyalty. This research used secondary data and primary data. The researcher employed a quantitative research methodology. The data were analyzed by using SPSS 21 for 250 respondents who had purchased and had consumed products doughnut XYZ. The result of the hypothesis test show, there was a significant and positive effect of perceived quality and promotion on customer satisfaction and also there was a significant and positive effect of customer satisfaction on customer loyalty.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas dan promosi terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan data sekunder dan data primer. Peneliti menggunakan metodologi penelitian kuantitatif. Data dianalisis dengan menggunakan SPSS 21 untuk 250 responden yang telah membeli dan mengkonsumsi produk donat XYZ. Hasil uji hipotesis menunjukkan, ada pengaruh yang signifikan dan positif dari persepsi kualitas dan promosi terhadap kepuasan pelanggan dan juga ada pengaruh yang signifikan dan positif dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Pedoman Sitasi : Riza Meilani & Triyono Arief Wahyudi (2019). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 371- 380

Journal homepage: <http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB>
DOI: <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.285>