

ABSTRAK

PENGARUH *PERCEIVED VALUE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Pelanggan Kebab Burger Ayub Tebing Tinggi)

Sahat Martua Nababan

Prodi S1 Manajemen STIE Bina Karya Tebing Tinggi

nababansahat668@gmail.com

Dosen Pembimbing I :

Hermanto Hutagalung, SE, MM

Dosen Pembimbing II :

Nursaimatussaddiya, SP, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Perceived Value* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Kebab Burger Ayub Tebing Tinggi). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25.00. Teknik penentuan besar sampel menggunakan rumus *Cochran* yang berjumlah 96 responden yaitu pelanggan Kebab dan Burger Ayub Tebing Tinggi. Teknik sampling penelitian ini menggunakan *accidental sampling* Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linier dan analisis jalur. Hasil penelitian ini yaitu 1) *perceived value* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, 2) *perceived value* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, 3) kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, 4) kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi hubungan *perceived value* terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *Perceived Value*, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

TEBING TINGGI

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PERCEIVED VALUE ON CUSTOMER LOYALTY AND CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE (Case Study of Ayub Tebing Tinggi Kebab Burger Customers)

Sahat Martua Nababan

STIE Bina Karya Tebing Tinggi Management S1 Study Program

nababansahat668@gmail.com

Supervisor I :

Hermanto Hutagalung, SE, MM

Supervisor II :

Nursaimatussaddiya, SP, MM

This research aims to determine the effect of perceived value on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable (case study of Ayub Tebing Tinggi Kebab Burger customers). The research method used is a quantitative method using SPSS version 25.00. The technique for determining the sample size used the Cochran formula, totaling 96 respondents, namely Ayub Tebing Tinggi Kebab and Burger customers. The sampling technique for this research uses accidental sampling. The analysis method used in this research is using linear regression analysis and path analysis. The results of this research are 1) perceived value has an influence on customer satisfaction, 2) perceived value has an influence on customer loyalty, 3) customer satisfaction has an influence on customer loyalty, 4) customer satisfaction cannot mediate the relationship between perceived value and customer loyalty.

Keywords: Perceived Value, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

TEBING TINGGI