ABSTRAK

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Fashion Zoya Diponegoro Surabaya" ini merupakan hasil penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk fashion Zoya Diponegoro Surabaya dan apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk fashion Zoya Diponegoro Surabaya.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Adapun responden dalam penelitian ini sebanyak 100 pelanggan. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan sampel aksidental yang artinya penentuan sampel pada penelitian ini berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai dengan sumber data. Teknik pengumpulan data dengan memberi kuesioner pada responden, wawancara, dan dokumentasi. Dalam membuktikan dan menganalisis hal tersebut, maka digunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda serta uji F (simultan) dan uji t (parsial).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada uji simultan F variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga didapati hasil sebesar 0,000 yang mana nilainya lebih kecil dari 0,05. Maka hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga jika diuji secara simultan (bersama-sama) hasilnya yaitu berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Jika pada uji parsial t, pada variabel kualitas produk didapati hasil sebesar 0,000 pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,020 dan pada variabel harga sebesar 0,480 yang artinya bahwa hasil variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan lebih kecil dari 0,05 dan variabel harga lebih besar dari 0,05. Maka hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan jika diuji secara parsial (sendiri) hasilnya yaitu berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan, sedangkan pada variabel harga menunjukkan jika diuji secara parsial (sendiri) hasilnya yaitu tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk fashion Zoya, produsen diharapkan mampu meningkatkan kualitas produk fasion Zoya dan kualitas pelayanan yang ada di Zoya Fashion Diponegoro Surabaya. Selain itu, produsen diharapkan untuk menindaklanjuti tentang produk-produk Zoya yang sudah tidak layak pakai atau terdapat cacat sehingga produk-produk yang dijual benar-benar produk yang berkualitas.