

ABSTRAK

M. Aditya Putra Fuzaista, NIM 709210043. Pengaruh Perceived Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Bajaj Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di PT Premier Motor Utama. Medan. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Univeritas Negeri Medan.

Dalam era globalisasi seperti saat ini banyak perusahaan otomotif menawarkan produk yang hampir mirip dengan berbagai model, desain, memberikan kualitas yang bagus dan harga yang cukup bersaing. Perusahaan akan menghadapi persaingan yang semakin luas sehingga *Perceived Quality* produk yang baik akan memberikan kepuasan yang merupakan nilai lebih bagi pelanggan untuk membeli lagi produk dari perusahaan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel *Perceived Quality*, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Bajaj di PT Premier Motor Utama. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan variabel Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening untuk menganalisis pengaruh tidak langsung *Perceived Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Pelanggan PT Premier Motor Utama. Sedangkan sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang yang diambil dari populasi tersebut. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode kuesioner yaitu dengan memberikan daftar pertanyaan atau kuesioner secara langsung kepada responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modelling*) yang dioperasikan melalui program AMOS 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Perceived Quality* mempunyai pengaruh yang positif sebesar 0,733 terhadap Kepuasan Pelanggan dengan tingkat signifikan yang baik ($P < 0,001$), variabel Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh yang positif sebesar 0,680 terhadap Loyalitas Pelanggan dengan tingkat signifikan yang baik ($P = 0,002$), variabel *Perceived Quality* mempunyai pengaruh yang positif sebesar 0,508 terhadap Loyalitas Pelanggan dengan tingkat signifikan yang baik ($P = 0,004$), Sedangkan Pengaruh langsung antara *Perceived Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan lebih berpengaruh daripada Pengaruh Tidak Langsung dengan intervening Kepuasan Pelanggan yang sebesar 0,499.

Kata kunci : *Perceived Quality*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan *Structural Equation Modelling*

ABSTRACT

M. Aditya Putra Fuzaista, NIM 709 210 043. Effect of Perceived Quality On Customer Loyalty Bajaj Motorcycles With Customer Satisfaction as an intervening variable in PT Premier Motor Utama. Medan. Department of Management, Faculty of Economics, State University of Medan.

In the current era of globalization, many automotive companies offer products that are similar to a variety of models, designs, providing a good quality and the prices are quite competitive. The company will face increasing the competition area, so Perceived Quality product that will either give satisfaction is more value for your customers to buy more products from the company.

The purpose of this research was to know the influence of Perceived Quality, Costumer Satisfaction and Costumer Loyalty of Bajaj Motor at PT Premier Motor Utama, this research also used Costumer Satisfaction as an intervening variables to analyze the influence of the indirect effect of Perceived Quality on Costumer Loyalty.

The population of this research are all costumer of the PT Premier Motor Utama. While the sample taken in this research were as many as 100 people drawn from the population. The collected data used questionnaire method is to provide a list of questions or questionnaires directly to respondents. The Analysis data techniques in this study use SEM (Structural Equation Modeling) analysis which is operate by AMOS 20 program.

The results of the show that the Perceived Quality variables have a positive influence of 0.733 on the Costumer Satisfaction with a good level of significant ($P < 0,001$), the variable of Costumer Satisfaction have a positive influence of 0.680 on the Costumer Loyalty with significant levels of good ($P = 0.002$), the variable of Perceived Quality have a positive influence of 0.508 on the Costumer Loyalty with significant levels of good ($P = 0.004$), but the direct effect of Perceived Quality on the Costumer Loyalty have influence more than indirect effect with intervening by the Costumer Loyalty of 0,499.

Keywords : Perceived Quality, Costumer Satisfaction, Costumer Loyalty, Structural Equation Modeling.