

INTISARI

Banyaknya persaingan industri mendorong produsen untuk terus meningkatkan kinerjanya dalam menghadapi persaingan dengan lebih baik. Memperoleh pelanggan baru membutuhkan upaya dan biaya yang banyak. Loyalitas pelanggan menjadi penting untuk menunjukkan kesetiaan pelanggan kepada produsen. Hal tersebut juga terjadi pada produk Naturindo Fit. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga produk, kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Penelitian dilakukan pada pelanggan PT Naturindo Surya Niaga yang telah membeli tiga produk unggulan yaitu Mucosafit, Bron C Fit dan Azzahra.

Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 125 responden. Metode yang digunakan adalah analisis Structural Equation Model (SEM) yang dianalisis dengan software SMART PLS 4.0. Penelitian ini menunjukkan kualitas produk, harga produk dan kepercayaan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada produk Naturindo Fit. Kualitas produk, kualitas layanan, harga produk, dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi dari harga produk dan kepercayaan konsumen memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk Naturindo Fit. Perusahaan diharapkan dapat memantau kualitas produk melalui ulasan balik pelanggan dan pelanggan yang merasa puas dapat memberikan rekomendasi kepada orang sekitarnya untuk membeli produk Naturindo Fit.

Keyword: loyalitas dan kepuasan pelanggan, kualitas produk, kualitas layanan, harga produk, kepercayaan konsumen

ABSTRACT

The industry's fierce competition compels manufacturers to consistently enhance their performance in order to confront rivals more effectively. Gaining new customers demands substantial exertion and expenses. Customer loyalty is essential to demonstrate customer allegiance to the manufacturer. This also holds true for Naturindo Fit products. This research aims to understand the impact of product quality, service quality, product price, and consumer trust on customer satisfaction and loyalty. The study was conducted among customers of PT Naturindo Surya Niaga who has bought Mucosafit, Bron C Fit dan Azzahra products. Sample selection was done using purposive sampling with a total of 125 respondents. The method employed was Structural Equation Model (SEM) analysis using SMART PLS 4.0 software. The results indicate that product quality, product price, and consumer trust have a positive and significant impact on customer satisfaction with Naturindo Fit products. Product quality, service quality, product price, and customer satisfaction have a positive and significant impact on customer loyalty. Customer satisfaction as a mediating variable between product price and consumer trust has a positive and significant impact on customer loyalty to Naturindo Fit products. Companies are expected to be able to monitor product quality through customer feedback. Satisfied customers can provide recommendations to people around them.

Keyword: customer loyalty and satisfaction, product quality, service quality, product price, consumer trust.