

ABSTRACT

This study examines the effect of price, service quality, and customer satisfaction on consumer loyalty, with purchasing decision as an intervening variable, in the context of the KUB Putra Mandiri fisheries business in Gresik, East Java. This study has an objective to understand how these variables interact and influence consumer behavior, with a focus on the role of customer satisfaction in driving repeat purchases and loyalty. A quantitative approach is used, utilizing Structural Equation Modeling (SEM-PLS) to analyze the relationship between variables. The findings indicate that price and service quality have a significant positive effect on the purchasing decision. In addition, purchasing decision play a significant role as a mediator in the relationship between price and customer satisfaction, as well as between service quality and customer satisfaction. Furthermore, customer satisfaction has been shown to have a strong positive effect on customer loyalty, underscoring the importance of maintaining high levels of satisfaction to build long-term relationship with customers. This study contributes to the literature on marketing and consumer behavior, particularly in the context of MSMEs in the fisheries sector. The results of this study provide practical insights for business owners and policy makers to develop strategies aimed at improving service quality, pricing strategies, and consumer satisfaction to increase consumer loyalty and business sustainability.

Keywords: Price, Service Quality, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty, Purchasing Decision, MSMEs, Fisheries, Structural Equation Modeling (SEM), Gresik, East Java.

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh harga, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening, dalam konteks usaha perikanan KUB Putra Mandiri di Gresik, Jawa Timur. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana variabel-variabel tersebut saling berinteraksi dan mempengaruhi perilaku konsumen, dengan fokus pada peran kepuasan konsumen dalam mendorong pembelian ulang dan loyalitas. Pendekatan kuantitatif digunakan, dengan memanfaatkan Structural Equation Modeling (SEM-PLS) untuk menganalisis hubungan antar variabel. Temuan penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, keputusan pembelian memainkan peran penting sebagai mediator hubungan antara harga dan kepuasan konsumen, serta antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Selain itu, kepuasan konsumen terbukti memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap loyalitas konsumen, yang menegaskan pentingnya mempertahankan tingkat kepuasan tinggi untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap literatur pemasaran dan perilaku konsumen, khususnya dalam konteks UMKM sektor perikanan. Hasil penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi pemilik usaha dan pembuat kebijakan untuk mengembangkan strategi yang bertujuan meningkatkan kualitas layanan, strategi penetapan harga, dan kepuasan konsumen untuk meningkatkan loyalitas konsumen dan keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, Keputusan Pembelian, UMKM, Perikanan, Structural Equation Modeling (SEM), Gresik, Jawa Timur.