

RINGKASAN

CAHYONO, Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman, Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi, dan Citra Grage Mall terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan. Pembimbing I : Prof. Dr. Suliyanto, MM. Pembimbing II : Dr. Margani Pinasti, M.Si., Ak., CA.

Keberadaan pusat perbelanjaan (*mall*) di Kota Cirebon dari tahun ke tahun jumlahnya mengalami peningkatan. Persaingan antar pusat perbelanjaan mengharuskan para pengusaha memutar otak supaya usahanya tetap berjalan dengan baik. Salah satu pusat perbelanjaan yang sudah cukup lama berdiri yaitu Grage Mall, dimana mall ini merupakan mall pertama yang berkonsep modern dan sudah lebih dari 20 tahun berdiri. Namun fakta di lapangan, Grage Mall tetap berdiri dan masih banyak peminat untuk berkunjung ke mall tersebut. Hal ini dibuktikan dengan hasil survey sederhana yang dilakukan kepada beberapa warga Kota Cirebon yang menyebutkan bahwa sebagian besar dari mereka masih memilih Grage Mall sebagai tujuan mereka dalam berbelanja ataupun sekedar untuk jalan-jalan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan cara menyebarkan kuisioner kepada responden di Kota Cirebon. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan, Harga, Lokasi, Citra Perusahaan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan. Responden yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 150 responden dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan *random sampling*. Alat pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert* yang memberikan jawaban oleh responden berupa rentang jawaban dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

Berdasarkan hasil analisa data yang telah diolah menggunakan program komputer SPSS versi 23 *for Windows* menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan, begitupun dengan variabel harga yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif terhadap kepuasan. Selain itu, variabel lokasi dinyatakan berpengaruh terhadap kepuasan, begitu juga halnya dengan variabel citra perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan. Dalam penelitian ini, variabel kepuasan yang juga sebagai variabel indepenen pada hasil analisis data yang diolah menunjukkan bahwa variabel kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Harga, Lokasi, Citra Perusahaan, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan

SUMARRY

CAHYONO, Master Study Program of Management, Faculty of Economy and Business, Universitas Jenderal Soedirman. The Effect of Service Quality, Price, Location, and Company reputation of Grage Mall toward Customer Satisfaction and loyalty. Supervisor I : Prof. DR. Suliyanto, SE.,MM, Supervisor II : Dr. Margani Pinasti, M.Si., Ak., CA.

The number of shopping centre (mall) in Cirebon has increased year by year. The competition among those businesses forces the entrepreneurs to be more creative in order to maintain their business. One of the oldest shopping centre established in Cirebon is Grage Mall, this mall is the first mall in the city which adapt the modern concept and has been operated for more than 20 years. However, based on the findings of the study, Grage Mall is still crowded by the visitors and becomes one of the most popular mall in Cirebon. This finding was supported by a simple survey given to some Cirebon citizens who said that most of them are still choosing Grage Mall as the destination to shop or sightseeing.

This study use quantitative method by deploying a form of questionnaire to the respondents in Cirebon City. The objects of this study are service quality, price, location, company reputation, customer Satisfaction and their loyalty. The respondents involved in this study consist of 150 people which was taken using random sampling method. The measurement tool for this study is Likert Scale which provides the response of the respondents in the form of interval answer from 'Strongly Agree to 'Strongly Disagree'.

Based on the results of data analysis that has been processed using the computer program SPSS version 23 for Windows shows the quality of service is positive to satisfaction, as well as the price variables that indicate a positive influence on satisfaction. Other than that, the location variables that indicate a positive influence on satisfaction, and the company reputation variables that indicate a positive influence on satisfaction. In this study, the variable of satisfaction which is also as independent variable on result of data analysis processed show satisfaction satisfaction to customer loyalty.

Keywords: Service Quality, Price, Location, Company Reputation, Satisfaction, Customer Loyalty.