

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT  
QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CONSUMER  
SATISFACTION IN E-COMMERCE GROCERY ONLINE***

***SEGARI***

***By Mutiara Kanza***

***Abstract***

*The type of research used by researchers is quantitative research which aims to determine the effect of service quality on customer loyalty, the effect of product quality on customer loyalty, the effect of customer satisfaction on customer loyalty, the effect of service quality indirectly on customer loyalty through customer satisfaction, and the effect of quality. product indirectly to customer loyalty through customer satisfaction. This study uses primary data sources. The population in this study are Segari customers who live in the DKI Jakarta area. The sample used amounted to 100 respondents. The sampling technique in this study used non-probability sampling with purposive sampling method. Data collection was carried out in this study using online questionnaires using Google Form facilities such as Whatshapp, Line and Instagram. This study used the SEM method with the SmartPLS software test tool. The research obtained the results: the service quality variable had a positive and significant effect on customer loyalty with an original sample value of 0.320. The product quality variable has no significant effect on customer loyalty with an original sample value of 0.201. Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty with an original sample value of 0.431. Service quality indirectly has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction with an original sample value of 0.245. As well as product quality indirectly has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction with an original sample value of 0.152.*

***Keyword:*** *Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PADA E-COMMERCE GROCERY ONLINE  
SEGARI**

**Oleh Mutiara Kanza**

**Abstrak**

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif yang mana bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh kualitas pelayanan secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, dan pengaruh kualitas produk secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan sumber data primer. Populasi pada penelitian ini merupakan pelanggan Segari yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data yang dilakukan penelitian ini dengan kuesioner secara online menggunakan fasilitas Google Form seperti Whatsapp, Line, dan Instagram. Penelitian ini menggunakan metode SEM dengan alat uji software SmartPLS. Penelitian memperoleh hasil yaitu: variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai *original sample* sebesar 0,320. Variabel kualitas produk tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai *original sample* sebesar 0,201. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang bernilai *original sample* sebesar 0,431. Kualitas pelayanan secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan yang bernilai *original sample* sebesar 0,245. Serta kualitas produk secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan yang bernilai *original sample* sebesar 0,152.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan,  
Loyalitas Pelanggan