

ABSTRAK

Sa'idatur Rohmania (NIM. 1950210129). Pengaruh *Perceived Value* dan *Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi di KSU Padurenan Jaya Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Value* dan *Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi di KSU Padurenan Jaya Kudus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling* yaitu sebanyak 53 pelanggan di KSU Padurenan Jaya Kudus dan diolah menggunakan program olah data SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *perceived value* memiliki pengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di KSU Padurenan Jaya Kudus dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($2,012 > 2,008$). Variabel *service quality* memiliki pengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di KSU Padurenan Jaya Kudus dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($5,175 > 2,008$) dan tingkat signifikansi ($0,00 < 0,05$). Variabel kepuasan pelanggan memediasi secara parsial pengaruh *perceived value* terhadap loyalitas pelanggan di KSU Padurenan Jaya Kudus dengan nilai pengaruh tidak langsung yang lebih besar dari pada pengaruh langsung ($0,680 > 0,016$). Variabel kepuasan pelanggan memediasi secara parsial pengaruh *service quality* terhadap loyalitas pelanggan di KSU Padurenan Jaya Kudus dengan nilai pengaruh tidak langsung yang lebih besar dari pada pengaruh langsung ($0,688 > 0,110$).

Kata Kunci: *perceived value*, *service quality*, loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan.