

## Abstrak

Amirul Alfi Arkham, 2022. Peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh *perceived value* terhadap loyalitas pelanggan di toko R-Style Kota Metro. Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. Pembimbing (II) H. Suryadi, S.E., M.M.

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui peran mediasi kepuasan pelanggan dalam memediasi *perceived value* terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan desain penelitian menggunakan kuantitatif dengan metode mediasi dari analisis jalur, responden yang digunakan dari sampel perhitungan sebanyak 84 responden selama penelitian 7 hari. Teknik sampling menggunakan *purposive sampling* dan pengambilan data menggunakan angket kuesioner yang diberikan kepada konsumen yang sering melakukan transaksi pembelian selama 7 hari penelitian tersebut. Alat analisis yang digunakan ialah analisis regresi sederhana dan multi regresi ganda dengan keputusan koefisien analisis jalur serta parsial t dan koefisien determinasi.

Hasil riset membuktikan bahwa nilai persepsi dari kepuasan pelanggan yang merupakan serangkaian nilai yang dirasakan oleh pelanggan dari suatu model atau produk yang kemudian dijadikan suatu bahan evaluasi sehingga pelanggan memiliki komitmen tertentu dalam perilaku pembeliannya, maka respon emosional berupa perasaan senang dan lega karena telah tercukupi atau terpenuhi hasrat hatinya setelah melakukan pembelian suatu produk/jasa.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, *perceived value*, loyalitas pelanggan.