ABSTRAK

Banyaknya pembangunan infrastruktur saat ini menyebabkan persaingan bisnis di bidang konstruksi atau *ready mix* semakin ketat. Hal itu ditunjukkan dengan munculnya perusahaan-perusahaan baru yang berada di bidang *ready mix*. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk selalu menciptakan konsumen dan selanjutnya mempertahankannya agar tetap mampu bersaing. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas pelayanan, harga, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang selanjutnya berpengaruh pada loyalitas konsumen.

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan metode sensus terhadap konsumen CV. Larissa Ready Mix yang telah melakukan pembelian minimal 2 kali dalam 2 tahun. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 78 responden. Selanjutnya data yang diperoleh diolah dengan menggunakan alat analisis *Partial Least Square* (PLS) melalui *software* WrapPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kualitas pelayanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Persepsi harga, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. persepsi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. persepsi kualitas pelayan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. persepsi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Serta kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: Loyalitas konsumen, persepsi kualitas pelayanan, persepsi harga, persepsi kualitas produk, kepuasan konsumen.