

Pengaruh *Pricing* Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Orang Tua Dengan Variabel Intervening Kepuasan Orang Tua Pada Sekolah di Perkumpulan Str

ABSTRAK

***Abstract:** This study aims to determine the effect of pricing on loyalty, service quality on loyalty, pricing on satisfaction, service quality on satisfaction and satisfaction on parental loyalty at the Str. The method used is quantitative. The analysis involved 184 respondents from 7 elementary school units Str Bekasi Branch. The sampling technique used was the Non-Probability Sampling technique. The significance level used is 95%. Questionnaire answers were processed using the SPSS application. This research uses normality test, classical assumption, t test, regression and path test. The results of this study are pricing has a positive effect on loyalty, service quality has a positive effect on loyalty, pricing has a positive effect on satisfaction, service quality has a positive effect on satisfaction, and satisfaction has an effect on loyalty. The direct effect of pricing and service quality on loyalty is greater than the indirect effect through satisfaction.*

***Keywords:** Pricing, Service Quality, Satisfaction, Loyalty*

***Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pricing terhadap loyalitas, kualitas layanan terhadap loyalitas, pricing terhadap kepuasan, kualitas layanan terhadap kepuasan dan kepuasan terhadap loyalitas orang tua siswa pada sekolah Perkumpulan Str. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Analisis dengan melibatkan 184 responden dari 7 unit sekolah dasar Str Cabang Bekasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik NonProbability Sampling. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 95%. Jawaban kuesioner diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS. Penelitian ini menggunakan uji normalitas, asumsi klasik, uji t, regresi dan uji path. Hasil dari penelitian ini adalah pricing berpengaruh positif terhadap loyalitas, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas, pricing berpengaruh positif terhadap kepuasan, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan, dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas. Pengaruh langsung pricing dan kualitas layanan terhadap loyalitas lebih besar daripada pengaruh tidak langsung yang melalui kepuasan.*

***Kata kunci:** Pricing, Kualitas Layanan, Kepuasan, Loyalitas*