

## ABSTRAK

Andrew Candra Suryadi (01011190290)

### **PENGARUH *PERCEIVED QUALITY*, *SERVICE CONVENIENCE* PADA *PERCEIVED VALUE*, *SATISFACTION* TERHADAP *LOYALTY* PADA KEBUGARAN FIT HUB**

XVI + halaman, 27 tabel, 17 gambar

Pesatnya perkembangan tempat kebugaran membuat tren gaya hidup sehat banyak diminati masyarakat. FIT HUB merupakan salah satu tempat kebugaran dengan berbiaya rendah di Indonesia yang menyediakan kebutuhan akan tren gaya hidup sehat dan sudah terdapat jumlah *member* sebanyak 8324 yang bergabung. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar *perceived quality*, *service convenience*, *perceived value*, *satisfaction* terhadap *loyalty member* FIT HUB. Pendekatan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuisioner elektronik dengan Google form. Penelitian ini dilakukan kepada masyarakat Jakarta yang mempunyai *member* di FIT HUB. Model pengukuran *outer* dan *inner model* pada penelitian ini dianalisa menggunakan SPSS 26 dan AMOS 26. Penelitian *outer model* meliputi uji validitas dan reliabilitas, sedangkan untuk *inner model* dilakukan dengan melakukan pengujian *R square*, C.R, dan juga P-value. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived quality* memberikan pengaruh positif terhadap *perceived value*, *service convenience* memberikan pengaruh positif terhadap *perceived value*, *perceived value* memberikan pengaruh positif terhadap *satisfaction*, dan *satisfaction* memberikan pengaruh positif terhadap *loyalty*. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas kontribusi dari penelitian sebelumnya dan disarankan untuk peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel berbeda yang dapat mempengaruhi *loyalty* pada tempat kebugaran lain.

**Kata kunci:** *Perceived Quality*, *Service Convenience*, *Perceived Value*, *Satisfaction*, *Loyalty*