

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di Café Paddock Bungah. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan Smart Partial Least Square (SmartPLS) versi 4.0. Sampel penelitian terdiri dari 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Lebih lanjut, kepuasan pelanggan memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan serta memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara langsung maupun tidak langsung berkontribusi dalam menciptakan loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi Café Paddock Bungah untuk merancang strategi peningkatan kualitas pelayanan dan penetapan harga guna menciptakan kepuasan pelanggan yang optimal, sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of price and service quality on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable at Café Paddock Bungah. The research method used is quantitative with the Smart Partial Least Square (SmartPLS) version 4.0 approach. The research sample consisted of 100 respondents selected using purposive sampling technique. Data collection was carried out through a questionnaire with a Likert scale.

The research results show that price has a significant influence on customer satisfaction. Service quality also has a significant effect on customer satisfaction. Apart from that, price has a significant effect on customer loyalty, while service quality has a significant effect on customer loyalty.

Customer satisfaction is proven to have a significant influence on customer loyalty. Furthermore, customer satisfaction mediates the effect of price on customer loyalty and mediates the effect of service quality on customer loyalty.

This research concludes that price and service quality directly or indirectly contribute to creating customer loyalty through customer satisfaction. The results of this research can be a reference for Café Paddock Bungah to design strategies for improving service quality and pricing in order to create optimal customer satisfaction, thereby increasing customer loyalty in a sustainable manner.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.