

ABSTRACT

Lailatul Amalia, The influence of price and service quality on customer loyalty through customer satisfaction at Stroom Cafe in Bangkalan. Under the guidance of Dr. Suyono, S.E., M.S.M. S1 Management study program, Trunojoyo Madura University. This study aims to determine the effect of price and service quality on customer loyalty through customer satisfaction at the stroom café in Bangkalan. The method used in this study is quantitative method. The data used are primary data and secondary data. This research data was obtained by distributing questionnaires using the Likert scale using a sample of 97 respondents. This study used purposive sampling technique method and with SMART PLS 4 program assistance. The results showed that 1) the price variable (X1) had a positive effect on customer loyalty (Y). 2) Price (X1) has a positive effect on customer satisfaction (Z). 3) Quality of service (X2) does not a positive effect on customer loyalty (Y). 4) Service quality (X2) has a positive effect on customer satisfaction (Z). 5) Customer satisfaction (Z) positively affects customer loyalty (Y). 6) Price (X1) does not positively affect customer loyalty (Y) through customer satisfaction (Z). 7) Service quality (X2) does not positively affect customer loyalty (Y) through customer satisfaction (Z).

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

ABSTRAK

Lailatul Amalia, Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Kafe *Stroom* Di Bangkalan. Dibawah bimbingan Dr. Suyono, S.E., M.S.M. program studi S1 Manajemen, Universitas Trunojoyo Madura. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada kafe *stroom* di bangkalan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala likert dengan menggunakan sampel sebesar 97 orang responden. Penelitian ini menggunakan metode teknik purposive sampling dan dengan bantuan program SMART PLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) variabel harga (X1) berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Y). 2) Harga (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Z). 3) Kualitas pelayanan (X2) tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Y). 4) Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Z). 5) Kepuasan pelanggan (Z) berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Y). 6) Harga (X1) tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z). 7) Kualitas pelayanan (X2) tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z).

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