

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, LOKASI, PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Studi Kasus pada Warung Kopi Lidahibu, Sleman, Yogyakarta

Stefanus Maximus Lamere

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2017

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah: 1) kepuasan konsumen memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen, 2) kepuasan konsumen memediasi pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen, 3) kepuasan konsumen memediasi pengaruh produk terhadap loyalitas konsumen, 4) kepuasan konsumen memediasi pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen pada Warung Kopi Lidahibu, Sleman, Yogyakarta. Teknik Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner tentang harga, lokasi, produk, promosi, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen kepada 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* menggunakan aplikasi WarpPLS 5.0. Hasil penelitian ini menunjukkan 1) kepuasan konsumen memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen, 2) kepuasan konsumen tidak memediasi pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen, 3) kepuasan konsumen memediasi pengaruh produk terhadap loyalitas konsumen, dan 4) kepuasan konsumen tidak memediasi pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen pada Warung Kopi Lidahibu, Sleman, Yogyakarta.

Kata kunci: Harga, Lokasi, Produk, Promosi, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRICE, PLACE, PRODUCT, AND PROMOTION ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS MEDIATING VARIABLE

A Case Study on Lidahibu Cafe, Sleman, Yogyakarta

Stefanus Maximus Lamere

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2017

The aim of study is to determine whether: 1) customer satisfaction mediates the price influence on customer loyalty. 2) customer satisfaction mediates the place influence on customer loyalty. 3) customer satisfaction mediates the product influence on customer loyalty. 4) customer satisfaction mediates the promotion influence on customer loyalty at Lidahibu cafe, Sleman, Yogyakarta. The purposive sampling was used as the sampling technique. The data were obtained by distributing questionnaires on price, place, product, promotion, customer satisfaction, customer loyalty to 100 respondents. The data analysis technique used in this research was Partial Least Square method using the WarpPLS 5.0. The result show that 1) customer satisfaction mediates the price influence on customer loyalty. 2) customer satisfaction does not mediates the place influence on customer loyalty. 3) customer satisfaction mediates the product influence on customer loyalty. 4) customer satisfaction does not mediates the promotion influence on customer loyalty at Lidahibu Cafe, Sleman, Yogyakarta

Keywords: Price, Place, Product, Promotion, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.