

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

Stephanus Denny Kristianto

Universitas Sanata Dharma

2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1). Pengaruh secara langsung harga terhadap loyalitas konsumen. (2). Pengaruh secara langsung produk terhadap loyalitas konsumen. (3) Pengaruh secara langsung lokasi terhadap loyalitas konsumen. (4). Pengaruh secara langsung promosi terhadap loyalitas konsumen. (5) Pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, (6) Pengaruh produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, (7) Pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, (8) Pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Populasi yang diambil dari penelitian ini adalah seluruh konsumen For/Us Coffee yaitu konsumen yang sudah pernah berkunjung minimal 2 kali dalam kurun waktu 3 bulan. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa (1) Harga secara langsung berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. (2) Produk secara langsung tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. (3) Lokasi secara langsung tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. (4) Promosi secara langsung tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. (5) Harga tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, (6) Produk tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, (7) Lokasi tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, (8) Promosi tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci : Harga, Produk, Lokasi, Promosi, Loyalitas Konsumen, dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE, PRODUCT, LOCATION, AND PROMOTION ON CONSUMER LOYALTY WITH CONSUMER SATISFACTION AS A MEDIATION VARIABLE.

(Case Study at For/Us Coffee Jalan Anggajaya No. 2, 229, Condong Catur, Sleman, Yogyakarta)

Stephanus Denny Kristianto

Sanata Dharma University

2021

The research was conducted (1) to find out the direct of price on consumer loyalty., (2) to find product's direct impact on consumer loyalty., (3) to find the direct impact of location on consumer loyalty, (4) to find the direct impact of promotion on consumer loyalty. (5) to find effect of price on consumer loyalty mediated by consumer satisfaction. (6) to find out the effect product on consumer loyalty mediated by satisfaction. (7) to find out the effect location on consumer loyalty mediated by satisfaction. (8) to find out the effect promotion on consumer loyalty mediated by satisfaction. The Population is all consumers of For/Us Coffee which have visited at least 2 times in the last 3 months. Sampling in this research used the Purposive Sampling method with the number of respondents as many as 100 people. Technique data collection using a questionnaire. Analysis data using Partial Least Square (PLS). The conclusions of the research are (1) prices directly have a positive effect on consumer loyalty, (2) product directly does not have a positive effect on consumer loyalty, (3) location directly does not have a positive effect on consumer loyalty, (4) promotion directly does not have a positive effect on consumer loyalty, (5) price does not has a positive effect on consumer loyalty medited by consumer satisfaction, (6) product does not has a positive effect on consumer loyalty medited by consumer satisfaction, (7) location does not has a positive effect on consumer loyalty medited by consumer satisfaction, (8) promotion does not has a positive effect on consumer loyalty medited by consumer satisfaction.

Keyword : *Price, Product, Location, Promotion, Consumer Loyalty and Consumer Satisficati*

