

*Analysis of Consumer Loyalty Mediated by Consumer Satisfaction at Warunk  
Upnormal*

**By Ardita Tariza**

*Abstract*

*This research uses quantitative methods with the aim of proving the influence of Product Price and Quality both directly and indirectly on Consumer Loyalty, which is mediated by the Consumer Satisfaction variable. This research used 100 respondents from Warunk Upnormal cafe consumers in DKI Jakarta as primary data, and the researchers obtained secondary data through various references relevant to the research. Data were collected using purposive sampling techniques and analyzed using descriptive and inferential analysis techniques with the help of SmartPLS software. So that data processing obtains the following results (1) Price has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction, (2) Product Quality has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction, (3) Price has a positive and significant effect on Consumer Loyalty, (4) Product Quality has a positive and significant effect on Consumer Loyalty, (5) Consumer Satisfaction has a positive and significant effect on Consumer Loyalty, (6) Consumer Satisfaction mediates the effect of Price on Consumer Loyalty, (7) Consumer Satisfaction does not mediate the effect of Product Quality on Consumer Loyalty.*

**Keywords :** *Price, Product Quality, Consumer Loyalty, Consumer Satisfaction.*

# **Analisis Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pada Warunk Upnormal**

**Oleh Ardita Tariza**

## **Abstrak**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan untuk membuktikan adanya pengaruh Harga dan Kualitas Produk baik secara langsung maupun secara tidak langsung terhadap Loyaitas Konsumen dimana yang dimediasi variabel Kepuasan Konsumen. Penelitian ini menggunakan 100 responden dari konsumen kafe Warunk Upnormal di DKI Jakarta sebagai data primer, dan data sekunder peneliti diperoleh melalui berbagai referensi yang relevan dengan penelitian. Pengambilan data menggunakan teknik purposive sampling dan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Sehingga pengolahan data memperoleh hasil bahwa (1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (2) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (3) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, (4) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, (5) Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, (6) Kepuasan Konsumen memediasi pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen, (7) Kepuasan Konsumen tidak memediasi pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen.

**Kata Kunci :** Harga, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen.