

THE EFFECT OF CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE ON CUSTOMER LOYALTY FOR JAGO COFFEE

By : Satria Wisal

Abstract

This study aims to analyze the effect of product quality and price on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable (study on Kopi Jago customers in South Jakarta). The research method uses a quantitative approach with a survey of 123 respondents through non-probability sampling techniques. The sampling technique was carried out by nonprobability sampling, namely purposive sampling. The data used is primary data and data collection through questionnaires distributed using Google Form. The data analysis technique uses descriptive and inferential analysis. The results of this study indicate that price has a positive influence on customer satisfaction, also price has a positive influence on customer loyalty. Furthermore, product quality has a positive influence on customer satisfaction, but product quality has no effect on customer loyalty. Customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty. Price has a positive influence on customer loyalty through customer satisfaction. Then, product quality has a positive influence on customer loyalty through customer satisfaction. This research provides practical implications for Kopi Jago to continue to improve product quality and design effective marketing strategies in building customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: product quality, customer loyalty, price, and customer satisfaction

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KOPI JAGO

Oleh : Satria Wisal

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi pada pelanggan Kopi Jago di Jakarta Selatan). Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei kepada 123 responden melalui teknik pengambilan sampel non-probabilitas. Teknik pengambilan sample dilakukan dengan nonprobability sampling yaitu purposive sampling. Data yang digunakan adalah data primer dan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebar menggunakan *Google Form*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan inferensial. Data dianalisis menggunakan SEM-PLS dengan SmartPLS 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, juga harga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya, kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, tetapi kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Harga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Lalu, kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi Kopi Jago untuk terus meningkatkan kualitas produk dan merancang strategi pemasaran yang efektif dalam membangun loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : kualitas produk, loyalitas pelanggan, harga, dan kepuasan pelanggan