

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PELANGGAN CAFÉ AROMA KITCHEN DI KOTA PADANG

Widya Pratiwi¹, Irda, S.E., M.A², Zeshasina Rosha, S.E., M.Si³

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta, Kota Padang, Indonesia
Manajemen, Universitas Bung Hatta, Kota Padang, Indonesia*

E-mail: w_pratiwi84@yahoo.com.

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan secara empiris bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada Café Aroma Kitchen di Kota Padang. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Aroma Kitchen yang telah berkunjung lebih dari 2 kali sebanyak 80 orang. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah Purposive Sampling. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Metode analisa data yang digunakan adalah analisis regresi melalui Path Analysis. Uji hipotesis dengan menggunakan uji T_{-test} statistik untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individu dan uji F_{-test} untuk membuktikan secara simultan atau bersama. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel intervening hubungan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas. Meskipun demikian kepemimpinan kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas secara simultan pada Café Aroma Kitchen di Kota Padang.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan , Loyalitas

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PELANGGAN CAFÉ AROMA KITCHEN DI KOTA PADANG

Widya Pratiwi¹, Irda, S.E., M.A², Zeshasina Rosha, S.E., M.Si³

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta, Kota Padang, Indonesia
Manajemen, Universitas Bung Hatta, Kota Padang, Indonesia*

E-mail: w_pratiwi84@yahoo.com,

ABSTRACT

This study aims to analyze and prove empirically how the influence of service quality and product quality on loyalty with satisfaction as an intervening variable at Café Aroma Kitchen in Padang City. The sample in this study were 80 customers of Aroma Kitchen who had visited more than 2 times. The technique used in sampling is purposive sampling. The type of data used is primary data through questionnaires. The data analysis method used is regression analysis through Path Analysis. Hypothesis testing using T_{-test} statistical to prove the influence of the independent variable on the dependent variable partially or individual and test test F_{-test} to prove simultaneously or together. The results of this study found that customer satisfaction plays a role as an variable in intervening the relationship between service quality and product quality on loyalty. Even so, the leadership of service quality, product quality and customer satisfaction have a significant effect on loyalty simultaneously at Café Aroma Kitchen in Padang City.

Keywords: Services Quality, Product Quality, Satisfaction , Loyalty
