

PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN L'LAKI BARBERSHOP DI KOTA PADANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

¹Adek Pertiwi, ²Reni Yuliviona, ³Dahlia Kamener
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta
E-mail : pertiwi.adek@gmail.com, reniyuliviona@bunghatta.ac.id,
dahlianakamener@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan L'Laki Barbershop di Kota Padang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang menggunakan jasa L'Laki Barbershop di Kota Padang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 85 responden. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis 1) harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. 2) harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. 3) kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. 4) lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. 5) lokasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. 6) kepuasan pelanggan berpengaruh positif sebagai pemediasi antara harga dan loyalitas pelanggan. 7) kepuasan pelanggan tidak berpengaruh sebagai pemediasi antara lokasi dan loyalitas pelanggan. Hipotesis yang paling dominan H1, pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, hal ini ditandai dengan adanya nilai T-statistik paling tinggi yaitu sebesar 5.774 dan P values 0.000 paling rendah dari 4 variabel.

Kata Kunci : Harga, Lokasi, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

THE EFFECT OF PRICE AND LOCATION ON CUSTOMER LOYALTY L'LAKI BARBERSHOP IN THE CITY OF PADANG WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLES

¹Adek Pertiwi, ²Reni Yuliviona, ³Dahlia Kamener

Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University

E-mail : pertiwi.adek@gmail.com , reniyuliviona@bunghatta.ac.id ,
dahlianakamener@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of price and location on customer loyalty of Laki Barbershop in the city of Padang with customer satisfaction as an intervening variable. The population in this study are customers who use the services of Laki Barbershop in the city of Padang. The data used in this study are primary data. The sampling technique in this study used a non probability sampling method. The sample used in this study were 85 respondents. Data processing in this study using SmartPLS 3.0.

The results of this study indicate that hypothesis 1) price has a positive effect on customer satisfaction. 2) price has a positive effect on customer loyalty. 3) customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty. 4) location has a positive effect on customer satisfaction. 5) location has no effect on customer loyalty. 6) customer satisfaction has a positive effect as a mediator between price and customer loyalty. 7) customer satisfaction has no effect as a mediator between location and customer loyalty. The most dominant hypothesis H1, the effect of price on customer satisfaction, this is indicated by the presence of the highest T-statistic value of 5.774 and the lowest P value of 0.000 of 4 variables.

Keywords: Price, Location, Customer Loyalty, Customer Satisfaction