

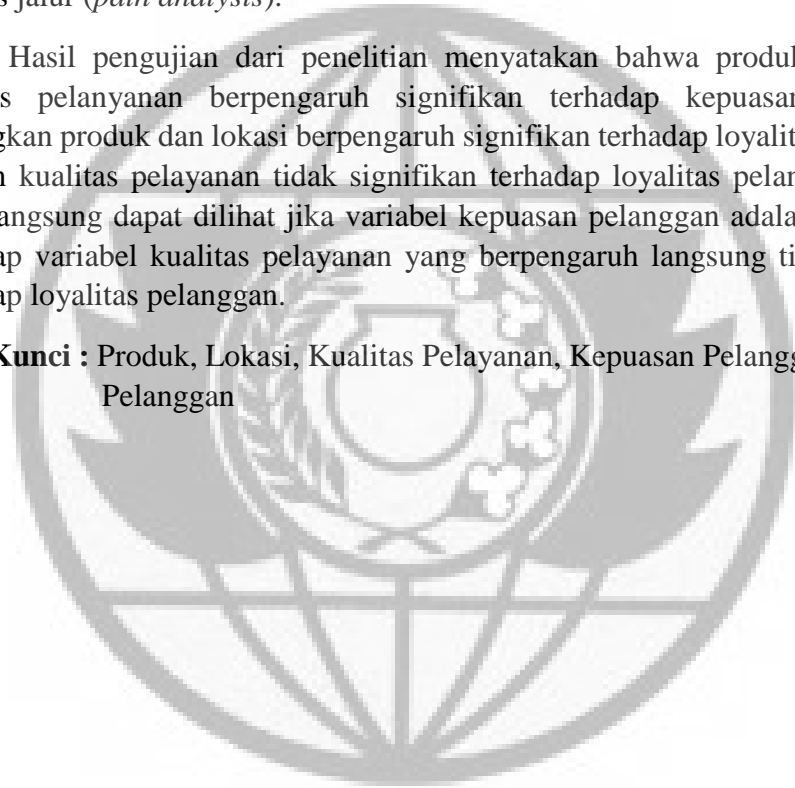
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui produk, lokasi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di Cafe Konig Coffee and Bar Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang mengunjungi Cafe Konig Coffee and Bar yang jumlahnya tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 98 orang responden. Jumlah sampel yang diketahui dengan menggunakan formula Lameshow Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis jalur (*path analysis*).

Hasil pengujian dari penelitian menyatakan bahwa produk, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan produk dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara tidak langsung dapat dilihat jika variabel kepuasan pelanggan adalah intervening terhadap variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh langsung tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan.

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



ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of product, location and service quality on customers loyalty through their satisfaction at Konig Coffee and Bar Cafe, Surabaya. The population were the consumers of Konig Coffee and Bar Cafe which its number was unknown. While, the sampling collection technique used purposive sampling with 98 respondents as sample. Moreover, the number of samples was known by using Lameshow formula. In addition, the data analisis technique used path analisis. The result concluded the product, location, and service quality had significant effect on customers satisfaction. Likewise, the product and location had significant effect on customer loyalty. However, the service quality did not affect significantly on customer loyalty. The effect could be seen indirectly as customer satisfaction variable was interferred by service quality, directly or indirectly, on customer loyalty.

Keywords : *product, location, service quality, satisfaction, loyalty*

