

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, *word of mouth*, lokasi terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada Restaurant Doremi di Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk Restaurant Doremi di Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling insedental dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*Path Analysis*) dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk berpengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas konsume, dan produk berpengaruh tidak langsung dan signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, maka variabel tersebut dinyatakan sebagai variabel intervening semu. *Word of mouth* berpengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, dan *word of mouth* berpengaruh tidak langsung dan signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, maka variabel tersebut dinyatakan sebagai variabel intervening semu. Lokasi berpengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, dan lokasi berpengaruh tidak langsung dan signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, maka variabel tersebut dinyatakan sebagai variabel intervening semu.

Kata kunci: produk, *word of mouth*, lokasi, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of product, word of mouth, location to customer loyalty through customer satisfaction at Restaurant Doremi in Surabaya. The population in this research were consumers who bought the products of Doremi Restaurant in Surabaya. The sampling technique that used is incidental sampling with sample number 100 respondents. Data analysis technique used in this research is path analysis by using SPSS application tool (Statistical Product and Service Solutions).

The results showed that the products have a direct and significant influence in consumer loyalty, and the product has an indirect and significant influence in consumer loyalty through consumer satisfaction, then the variable is expressed as a pseudo-intervening variable. Word of mouth has a direct and significant influence on consumer loyalty, and word of mouth has an indirect and significant influence on consumer loyalty through consumer satisfaction, then the variable is expressed as pseudo-intervening variable. Locations have a direct and significant impact on consumer loyalty, and location has an indirect and significant influence on consumer loyalty through customer satisfaction, then the variable is expressed as a pseudo-intervening variable.

Keywords: product, word of mouth, location, consumer satisfaction, and consumer loyalty