

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh langsung kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, harga terhadap loyalitas pelanggan, harga terhadap kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Momo Coffee Slowbar. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*. Pengumpulan data yang digunakan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan *Partial Least Square (PLS)* dengan bantuan *software SmartPLS* versi 4.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dan hasil pengaruh tidak langsung kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi berpengaruh positif dan signifikan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This research examines and analyze the direct effect of product quality on customer loyalty, product quality on customer satisfaction, price on customer loyalty, price on customer satisfaction, and customer loyalty on customer satisfaction. It also aims to examine and analyze indirect effect of product quality on customer loyalty which was mediated by customer satisfaction.

The research applies quantitatively. Furthermore, the population consists of consumers Momo Coffee Slowbar. The data collection technique used non-probability sampling. In line with that, there were 100 respondents as sample. The instrument in the data collection technique was a questionnaire. The questionnaires were distributed to the respondent. The data analysis technique used Partial Least Square (PLS) with SmartPLS 4.0.

The result indicates that both product quality and price have a positive and significant effect on customer loyalty. Similarly, product quality and price have a positive and significant effect on customer loyalty, with customer satisfaction as a mediating variable.

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

