

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Nilai yang Dipersepsikan, Harga yang Dipersepsikan, dan Pemulihan Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Peserta *Intensive Bootcamp* MySkill. MySkill menyediakan bermacam-macam program unggulan, salah satu program yang banyak diminati adalah *intensive bootcamp*. Sejak didirikan pada pertengahan tahun 2021 MySkill menunjukkan perkembangan yang pesat, perkembangan pesat ini tentunya diikuti dengan penambahan jumlah pelanggan yang semakin banyak. Namun terdapat fenomena yang menarik perhatian, pada pertengahan tahun 2022 terjadi penurunan loyalitas pelanggan dan kembali terjadi kenaikan pesat pada akhir tahun 2022.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* pada pengumpulan datanya. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 149 responden yang merupakan peserta MySkill yang sudah pernah melakukan pembelian produk setidaknya dua kali. Dalam penelitian ini dikembangkan model teoritis dengan mengajukan empat hipotesis yang diuji menggunakan alat analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dioperasikan menggunakan *software* AMOS 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari empat hipotesis yang diajukan, seluruh hipotesis dapat diterima. Seluruh hipotesis yang diterima yaitu: hipotesis 1 (terdapat pengaruh positif antara nilai yang dipersepsikan terhadap kepuasan pelanggan), hipotesis 2 (terdapat pengaruh positif antara harga yang dipersepsikan terhadap kepuasan pelanggan), hipotesis 3 (terdapat pengaruh positif antara pemulihan layanan terhadap kepuasan pelanggan), dan hipotesis 4 (terdapat pengaruh positif antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan).

Kata kunci: Nilai yang Dipersepsikan, Harga yang Dipersepsikan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan