ABSTRAK

Penelitian ini didasari karena adanya keluhan pelanggan tentang kualitas produk, harga dan pelayanan yang diberikan oleh Kopi Janji Jiwa Flamboyan Semarang. Dari hal diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing masing variabel Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, serta dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Janji Jiwa Flamboyan Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Kopi Janji Jiwa Flamboyan Semarang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden, ditentukan dengan menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria: pelanggan yang sudah berumur ≥17tahun dan sudah pernah melakukan pembelian langsung di tempat Kopi Janji Jiwa Flamboyan Semarang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalalah analisis deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, uji model, dan uji hipotesis. Uji instrumen diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji model yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji F (*Goodness of Fit*) dan Uji Adj R^2 (koefisien determinasi). Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan uji t dengan koefisien beta standar dan taraf signifikansi <0.05.

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis penelitian ini disimpulkan bahwa: 1. Persepsi harga berpengaruh posistif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 4. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau referensi terhadap kebijakan Kopi Janji Jiwa Flamboyan dalam menentukan strategi bersaing ditengah intensitas persaingan bisnis *coffee shop* yang tinggi.

Kata kunci: Persepsi harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

SEMARANG
FEB UNDIP