

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara langsung promosi, harga dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan pengaruh tidak langsung promosi dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Resto Jepang Gyujin Teppan Tunjungan Plaza Surabaya.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan populasi pelanggan yang datang ke Resto Jepang Gyujin Teppan Tunjungan Plaza Surabaya. Menggunakan jenis penentuan sampel incidental sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. menggunakan analisis data path analysis dengan bantuan software SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Resto Jepang Gyujin Teppan Tunjungan Plaza Surabaya, dengan nilai pengaruh sebesar 42.5%. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Resto Jepang Gyujin Teppan Tunjungan Plaza Surabaya, dengan nilai pengaruh sebesar 25.3%. Promosi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Resto Jepang Gyujin Teppan Tunjungan Plaza Surabaya. dengan nilai pengaruh sebesar 27.6%. Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Resto Jepang Gyujin Teppan Tunjungan Plaza Surabaya. dengan nilai pengaruh sebesar 20.3%. Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Resto Jepang Gyujin Teppan Tunjungan Plaza Surabaya. dengan nilai pengaruh sebesar 22.4%. Promosi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Resto Jepang Gyujin Teppan Tunjungan Plaza Surabaya, dengan nilai pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung melalui Kepuasan Pelanggan. Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Resto Jepang Gyujin Teppan Tunjungan Plaza Surabaya, dengan nilai pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung melalui Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the direct influence of promotions, prices and customer satisfaction on customer loyalty and the indirect effect of promotions and prices on customer loyalty through customer satisfaction at the Japanese Restaurant Gyujin Teppan Tunjungan Plaza Surabaya.

This research uses quantitative research by using a population of customers who come to Japanese Restaurant Gyujin Teppan Tunjungan Plaza Surabaya. Using the type of incidental sample determination so that a sample of 100 respondents was obtained. using data analysis path analysis with the help of SPSS software.

The results showed that the promotion had a significant effect on the customer satisfaction of Japanese Resto Gyujin Teppan Tunjungan Plaza Surabaya, with an influence value of 42.5%. The price has a significant effect on the customer satisfaction of Japanese Resto Gyujin Teppan Tunjungan Plaza Surabaya, with a value of influence of 25.3%. Promotion has a significant effect on customer loyalty of Japanese Resto Gyujin Teppan Tunjungan Plaza Surabaya. with an influence value of 27.6%. The price has a significant effect on the customer loyalty of Japanese Resto Gyujin Teppan Tunjungan Plaza Surabaya. with an influence value of 20.3%. Customer Satisfaction significantly influences the Customer Loyalty of Japanese Resto Gyujin Teppan Tunjungan Plaza Surabaya. with an influence value of 22.4%. Promotion has a significant effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction at Japanese Resto Gyujin Teppan Tunjungan Plaza Surabaya, with the value of the direct influence greater than the indirect effect through Customer Satisfaction. Price has a significant effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction at Japanese Resto Gyujin Teppan Tunjungan Plaza Surabaya, with the value of the direct influence greater than the indirect effect through Customer Satisfaction.

Keywords: Price, Promotion, Customer Satisfaction and Customer Loyalty