

ABTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada Warmindo Super Enjoy Bandung. Latar belakang penelitian ini adalah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat dan kebutuhan pelaku usaha untuk mempertahankan pelanggan melalui kualitas pelayanan dan harga yang tepat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif asosiatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 130 responden yang merupakan pelanggan Warmindo Super Enjoy Bandung.

Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi linear berganda dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, baik secara simultan maupun parsial. Harga memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan kualitas pelayanan dalam membentuk loyalitas.

Dari penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan loyalitas pelanggan dapat dicapai dengan memperbaiki kualitas pelayanan dan menetapkan harga yang sesuai dengan nilai yang diterima pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi Warmindo Super Enjoy Bandung dalam menyusun kebijakan pemasaran yang lebih terarah, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality and price on customer loyalty at warmino Super Enjoy Bandung. The background of this study is the increasingly fierce competition in the culinary business and the need for businesses to retain customers through quality service and appropriate pricing. This study uses a quantitative approach with an associative descriptive method. Data collection was conducted by distributing questionnaires to 130 respondents who are customers of warmino Super Enjoy Bandung.

Data analysis was performed using validity tests, reliability tests, multiple linear regression, and classical assumption tests. The results of this study indicate that service quality has a positive and significant influence on customer loyalty, both simultaneously and partially. Price has a more dominant influence than service quality in shaping loyalty.

This study indicates that improving customer loyalty can be achieved by enhancing service quality and setting prices that align with the value customers perceive. This research is expected to contribute to warmino Super Enjoy Bandung in developing more targeted marketing policies and serve as a reference for future studies related to marketing management.

Keywords : Service Quality, Price, Customer Loyalty