

RINGKASAN

Febiani Ayu Lestari, 2012. **Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Waroeng Steak and Shake Cabang Soekarno-Hatta Malang)**. Prof. Drs. Achmad Fauzi, DH, MA; Dr. Srikandi Kumadji, MS; 157 hal. + xii.

Perkembangan Kota Malang telah menyebabkan banyak perubahan. Perubahan yang paling terlihat adalah semakin meningkatnya persaingan dalam dunia perdagangan dan bisnis, khususnya bisnis kuliner. Hal ini menuntut manajemen untuk dapat menunjukkan kemahirannya, sehingga dapat mempengaruhi dan meyakinkan pelanggan bahwa produk dan layanan yang mereka tawarkan lebih unggul daripada pesaing. Salah satunya adalah dengan menciptakan nilai pelanggan. *Waroeng Steak and Shake* Cabang Soekarno-Hatta Malang perlu untuk mempertahankan pelanggannya yang loyal dengan cara menciptakan nilai pelanggan yang akan membuat perasaan puas bagi pelanggan atas layanan yang diberikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel Nilai Pelanggan, yang terdiri atas Nilai Kinerja, Nilai Sosial, Nilai Emosional, dan Nilai Harga, terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 112 orang pelanggan yang makan lebih dari atau sama dengan 2 kali (≥ 2 kali) di *Waroeng Steak and Shake* Cabang Soekarno-Hatta Malang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *judgement sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi F 0,000 ($< \alpha$ 0,005) dan nilai koefisien determinan R_{Square} sebesar 0,445; terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi F 0,000 ($< \alpha$ 0,005) dan nilai koefisien determinan R_{Square} sebesar 0,323; terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi F 0,000 ($< \alpha$ 0,005) dan nilai koefisien determinan R_{Square} sebesar 0,144; dan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi F 0,000 ($< \alpha$ 0,005) dan nilai koefisien determinan R_{Square} sebesar 0,324.

Kata Kunci: Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.