

ABSTRAK

Industri Food and Beverage merupakan salah satu industri yang mengalami perkembangan cukup pesat akhir-akhir ini. Banyak kreativitas dan inovasi menarik di dalam bisnis ini. Industri Food and Beverage adalah semua perusahaan yang terlibat dalam pemrosesan bahan makanan, pengemasan, cara pendistribusian dan cara penyajiannya hingga sampai ke tangan konsumen. Yang termasuk dalam industri Food and Beverage adalah semua jenis bisnis yang menempatkan makanan atau minuman sebagai poros bisnisnya, termasuk juga Food and Beverage service. Lugo Coffee House Tulungagung merupakan salah satu industri Food and Beverage atau spot kekinian yang berada di area Ngrowo Tulungagung. Dengan tempat yang strategis membuat Lugo Coffee House salah satu tempat yang terkenal di Tulungagung. Jasa pelayanan yang disediakan cukup baik yakni bisa dimakan ditempat, dibawa pulang, maupun diantar, dengan sistem pelayanan yang seperti ini membuat konsumen dengan mudah memilih sesuai dengan keinginannya. Menu makanan yang disediakan cukup beragam mulai dari minuman, camilan dan makanan berat. Salah satu tren favorit para pelanggan yakni kopi. Selain itu juga ada makanan berat yang harganya sesuai dengan produk yang diperjual belikan. Lugo Coffee House sangat mempertahankan kualitas produk yang pasarkan agar dapat bersaing dengan Coffee House lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty* terhadap Lugo Coffee House Tulungagung melalui *Service Quality*, *Food Quality*, dan *Perceived Value* Lugo Coffee House Tulungagung. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi pada pengembangan teori dan penelitian pemasaran, serta bermanfaat bagi Lugo Coffee House Tulungagung dalam menelaah pengaruh variabel *Customer Loyalty*, *Customer Satisfaction*, *Service Quality*, *Food Quality*, dan *Perceived Value* pada pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif dengan pengolahan data menggunakan SPSS 22.0. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner kepada 100 responden dengan karakteristik responden pria dan wanita berumur 18-65 tahun, berdomisili di Tulungagung pernah mengonsumsi makanan dan minuman di Lugo Coffee House Tulungagung lebih dari 2 kali dalam 6 bulan terakhir.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh terbesar adalah *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* sebesar 0,701; kemudian variabel yang memiliki pengaruh terbesar kedua adalah variabel *Food Quality* terhadap *Customer Satisfaction* sebesar 0,356; terbesar ketiga adalah variabel *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* sebesar 0,323; terbesar keempat adalah variabel *Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* sebesar 0,227;

Kata Kunci: *Service Quality*, *Food Quality*, *Perceived Value*, *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*.

ABSTRACT

The Food and Beverage industry is one of the industries that has experienced rapid development in recent times. There is a lot of creativity and interesting innovation in this business. The F&B industry is all companies involved in the processing of foodstuffs, packaging, distribution and presentation methods until they reach consumers. Included in the F&B industry are all types of businesses that place food or beverages as the axis of their business, including F&B service. Lugo Coffee House Tulungagung is one of the food industries or contemporary spots in the Ngrowo Tulungagung area. With a strategic location, Lugo Coffee House is one of the famous places in Tulungagung. The services provided are quite good, which can be eaten on the spot, taken home, or delivered, with a service system like this, it is easy for consumers to choose according to their wishes. The food menu provided is quite diverse ranging from drinks, snacks and heavy meals. One of the customer's favorite trends is coffee. In addition, there are heavy foods whose prices are in accordance with the products being traded. Lugo Coffee House strongly maintains the quality of its marketed products in order to compete with other Coffee Houses.

This study aims to determine the Customer Satisfaction, Customer Loyalty of Lugo Coffee House Tulungagung through Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Service Quality, Food Quality, and Perceived Value of Lugo Coffee House Tulungagung. The expected benefit of this research is to contribute to the development of marketing theory and research, as well as useful for Lugo Coffee House Tulungagung in examining the influence of the variables Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Service Quality, Food Quality, and Perceived Value on customers. This research is a quantitative method with data processing using SPSS 22.0. Data was collected by distributing questionnaires to 100 respondents with the characteristics of male and female respondents aged 18-65 years, domiciled in Tulungagung and had consumed food and drinks at Lugo Coffee House Tulungagung more than 2 times in the last 6 months.

The results showed that the variables that had the greatest influence were Customer Satisfaction on Customer Loyalty of 0.701; then the variable that has the second largest influence is the Food Quality variable on customer satisfaction of 0.356; the third largest is the Service Quality variable to Customer Satisfaction of 0.323; The fourth largest variable is the Perceived Value of Customer Satisfaction of 0.227;

Keywords: *Service Quality, Food Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction and Customer Loyalty.*