

## **ABSTRACT**

**JUSTIN**

**03013200069**

### **THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY, AND SERVICE QUALITY TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY AT STARBUCKS SUN PLAZA MEDAN**

(xvi+72 pages; 5 figures; 15 tables; 5 appendices)

The purpose of this study is to look into how customer loyalty and satisfaction at Starbucks Sun Plaza Medan as an advancer of coffee culture are impacted by price, product quality, and service quality. It specifically investigates how these elements affect consumer perceptions and brand loyalty, both directly and indirectly.

The study takes a quantitative approach, and the main instrument for gathering data is a survey. 119 people in all were polled, and the results were examined using a variety of statistical techniques, such as multilinear regression analysis, validity and reliability tests, and classical assumption tests.

The results show that price, product quality, and service quality are all independent variables that significantly and favorably affect customer satisfaction. The overall relationship between independent variables and customer loyalty was further strengthened by the discovery that customer satisfaction had a mediating effect on customer loyalty. The findings emphasize how crucial it is to continue offering competitive pricing, superior products, and first-rate services in order to cultivate client happiness and enduring loyalty.

These observations offer Starbucks management important takeaways for improving patron satisfaction and loyalty at their Sun Plaza Medan location.

**Keywords: Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Price, Product Quality, and Service Quality**

References: 38 (2018-2024)

## **ABSTRAK**

**JUSTIN**

**03013200069**

### ***PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN DI STARBUCKS SUN PLAZA MEDAN***

*(xvi+72 halaman; 5 gambar; 15 tabel; 5 lampiran)*

*Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana loyalitas dan kepuasan konsumen di Starbucks Sun Plaza Medan sebagai yang memajukan budaya “ngopi” dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, dan kualitas layanan. Secara khusus, penelitian ini menyelidiki bagaimana elemen-elemen ini mempengaruhi persepsi konsumen dan loyalitas merek, baik secara langsung maupun tidak langsung.*

*Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dan instrumen utama untuk mengumpulkan data adalah survei. Sebanyak 119 orang disurvei, dan hasilnya diperiksa dengan menggunakan berbagai teknik statistik, seperti analisis regresi multilinear, uji validitas dan reliabilitas, dan uji asumsi klasik.*

*Hasilnya menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas layanan merupakan variabel independen yang secara signifikan dan positif mempengaruhi kepuasan pelanggan. Keseluruhan hubungan antara variabel independen dan loyalitas pelanggan semakin diperkuat dengan ditemukannya bahwa kepuasan pelanggan memiliki efek mediasi terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini menekankan betapa pentingnya untuk terus menawarkan harga yang kompetitif, produk yang unggul, dan layanan kelas satu untuk menumbuhkan kebahagiaan pelanggan dan loyalitas yang bertahan lama.*

*Pengamatan ini memberikan manajemen Starbucks pelajaran penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan di lokasi Sun Plaza Medan.*

***Kata Kunci: Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan***

*Referensi: 38 (2018-2024)*