

ABSTRAK

Pemasaran merupakan kegiatan usaha yang terdiri dari suatu proses dalam merencanakan kebutuhan konsumen, menciptakan suatu produk yang sesuai untuk dipasarkan, mempromosikan dan melayani konsumen. Salah satu upaya yang dilakukan resto/cafe di dalam pemasaran yaitu dengan cara dapat memenuhi keinginan maupun kebutuhan konsumen, sehingga memberikan kepuasan dan loyalitas terhadap konsumen yang menjadi faktor utama dalam keberhasilan sebuah usaha. Oleh karena itu konsumen mengharapkan kualitas produk dan kinerja yang dapat memberikan kepuasan dan loyalitas konsumen dengan memberikan kualitas pelayanan, lokasi persepsi harga dan cita rasa yang dapat membuat konsumen tertarik.

Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen "foodcourt" Ternate Tengah, Kota Ternate. Sampel yang diambil yaitu 100 responden dengan memberikan kuesioner kepada responden untuk memperoleh data. Teknik analisa data menggunakan analisa regresi linear berganda menggunakan SPSS 26.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, variabel citarasa berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan harga juga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan secara simultan lokasi harga dan citarasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: lokasi, harga, citarasa dan loyalitas konsumen

ABSTRAK

Marketing is a business activity consisting of a process in planning consumer needs, creating an appropriate product to be marketed, promoting and serving consumers. One of the efforts made by restaurants/cafes in marketing is by being able to fulfill the desires and needs of consumers, thereby providing satisfaction and loyalty to consumers which is the main factor in the success of a business. Therefore, consumers expect product quality and performance that can provide satisfaction and customer loyalty by providing service quality, location, price perception and taste that can attract consumers.

In this study, the population is all consumers of the food court of Central Ternate, Ternate City. The sample taken is 100 respondents by giving questionnaires to respondents to obtain data. The data analysis technique used multiple linear regression analysis using SPSS 26.

The results partially show that the location variable has a positive effect on customer loyalty, the taste variable has a positive effect on customer loyalty and price also has a positive effect on customer loyalty. Meanwhile, simultaneously location, price and taste have a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: location, price, taste and consumer loyalty