

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe Es Teh Indonesia Cabang Ampang Padang. Metode pengumpulan data melalui survei dan menyebarkan kuesioner dengan sampel 78 responden. Metode pengujian data yang digunakan adalah SmartPLS 4.0 dengan metode analisis SEM (*Structural Equation Modeling*). Hasil penelitian yang di dapatkan berdasarkan pengujian hipotesis (*Direct Effect*) atau pengaruh secara langsung. Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kualitas pelayanan. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap kualitas pelayanan. Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap loyalitas pelanggan. Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil pengujian hipotesis (*Indirect Effect*). Kualitas layanan dapat memediasi kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas layanan tidak dapat memediasi harga terhadap loyalitas pelanggan. Diharapkan perusahaan harus lebih memperhatikan Kualitas Layanan agar tetap menunjang kepuasan dan mengharapkan konsumen menjadi loyal. Dengan lebih memperhatikan layanan yang diberikan kepada konsumen seperti melakukan pelayanan yang benar, cepat tanggap melayani konsumen, memperhatikan lagi etika saat memberikan pelayanan dan lebih berempati terhadap konsumen. Saran dari penulis untuk peneliti selanjutnya di harapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan cara menambahkan indikator dan variabel lainnya.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelayanan**

### **ABSTRACT**

*This study aims to examine how much influence product quality and price have on customer loyalty with service quality as an intervening variable at the Indonesian Es Tea Cafe, Ampang Padang Branch. Methods of data collection through surveys and distributing questionnaires with a sample of 78 respondents. The data testing method used is SmartPLS 4.0 with the SEM (Structural Equation Modeling) analysis method. The results of the research are obtained based on hypothesis testing (Direct Effect) or direct influence. There is a significant influence of product quality on service quality. There is no significant effect of price on service quality. There is a significant effect of product quality on customer loyalty. There is a significant effect of price on customer loyalty. There is a significant influence of service quality on customer loyalty. Results of hypothesis testing (Indirect Effect). Service quality can mediate product quality on customer loyalty. By paying more attention to the services provided to consumers such as doing the right service, being responsive to serving consumers, paying more attention to ethics when providing services and being more empathetic towards consumers. Service quality cannot mediate price on customer loyalty. Suggestions from the author for future researchers are expected to develop this research by adding indicators and other variables. Suggestions from the author for future researchers are expected to develop this research by adding indicators and other variables*

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