

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Lokasi, Nilai Pelanggan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening. Metode penarikan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu konsumen Minimarket Saga Swalayan yang kebetulan bertemu sebanyak 97 responden. Metode yang digunakan adalah *Structure Equation Modeling* (SEM) dengan *Partial Least Square* (PLS) 4.0.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Nilai pelanggan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan dimediasi oleh kualitas pelayanan. Nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan dimediasi oleh kualitas pelayanan. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan dimediasi oleh kualitas pelayanan.

Kata kunci : Lokasi, Nilai Pelanggan, Harga, Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan