

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Harga dan Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Toko Kopi Janji Jiwa Jilid 821 Cabang Muara Bungo Jambi. Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuisioner, dengan sampel 88 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan analisis jalur menggunakan SPSS 21.

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan Uji Parsial (Uji t) diperoleh harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kontribusi sumbangan variabel *independen* Harga dan Ekuitas Merek terhadap variabel *dependen* Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 32,3%. Sedangkan sisanya adalah sebesar 67,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Serta sumbangan variabel *independen* Harga, Ekuitas Merek, dan Kepuasan Konsumen terhadap variabel *dependen* Loyalitas Pelanggan adalah sebesar 37,6%. Sedangkan sisanya adalah sebesar 62,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

**Kata Kunci : Harga, Ekuitas Merek, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Pelanggan**

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to verify the effect of price and brand equity on customer loyalty with consumer satisfaction as an intervening variable at the Janji Jiwa Coffeshop 821 Muara Bungo, Jambi Branch. The method of collecting data are survey and distributing questionnaires, with a sample from 88 respondents. The analytical method used were multiple linear regression analysis and path analysis using SPSS 21.*

*The results of this study based on the partial test (t-test) are the price has a positive and significant effect on consumer satisfaction. Brand equity has a positive and significant effect on consumer satisfaction. Price has a negative and insignificant effect on customer loyalty. Brand equity has a positive and significant effect on customer loyalty. Consumer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty.*

*The contribution of the independent variables of Price and Brand Equity to the dependent variable of Customer Satisfaction is 32.3%. While the rest is 67.7% influenced by other variables outside of this study. Otherwise, the contribution of the independent variables Price, Brand Equity, and Consumer Satisfaction to the dependent variable of Customer Loyalty is 37.6%. While the rest is 62.4% and influenced by other variables outside of this study.*

***Keywords: Price, Brand Equity, Consumer Satisfaction, Customer Loyalty***