

ABSTRAK

Salah satu tantangan yang dihadapi yaitu semakin banyak usaha serupa yang tumbuh di Kawasan Bojongsoang dan sekitarnya sehingga hal ini membuat tingkat persaingan semakin tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening baik secara parsial dan simultan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif dan kausalitas dengan menggunakan metode kuantitatif dengan melibatkan 100 responden yang konsumen Chicken William dengan pengambilan sampel melalui teknik *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*) menggunakan IBM SPSS *Statistics* 22 dan *Smart PLS SEM* 3. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Persepsi Nilai (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), lalu variabel Kepuasan Pelanggan (Y) berpengaruh parsial terhadap Loyalitas Pelanggan (Z). Lalu secara simultan terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Persepsi Nilai (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Lalu secara variabel intervening terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Persepsi Nilai (X2) berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dan variabel ini juga berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Z) secara tidak langsung melalui variabel Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Konsumen