ABSTRAK

Pada awal tahun 2020 dunia digemparkan dengan merebaknya virus semacam influenza dan penyakitnya disebut Coronavirus disease 2019 (COVID-19). Dengan adanya pandemi ini, banyak sekali perilaku konsumen yang berubah dalam memenuhi kebutuhannya. Salah satunya adalah perilaku dalam hal pembelian makanan. Dengan berbagai alasan seperti kualitas dari makanan, kemanan makanan dan orientasi untuk menghemat waktu, banyak konsumen yang memilih jasa catering rumahan untuk memenuhi kebutuhan makannya setiap hari. Annisa Catering merupakan satu dari sekian banyak usaha catering yang mencoba menyesuaikan diri dengan adanya perubahan perilaku ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana ketiga faktor tersebut berpengaruh untuk membangun loyalitas konsumen Annisa Catering melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode survey terhadap 115 responden yang pernah melakukan pembelian catering rumahan Annisa Catering lebih dari satu kali dengan mengisi kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan terkait dengan variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini. Data yang didapat dianalisis secara kuantitatif dan struktural menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan program *Analysis Moment of Structural* (AMOS) 24.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari 7 hipotesis yang diajukan, semua hipotesis berhasil diterima signifikan secara positif. Hipotesis 1 food quality kepuasan konsumen, Hipotesis 2 food safety terhadap kepuasan konsumen, Hipotesis 3 Time Saving Orientation terhadap kepuasan konsumen, Hipotesis 4 food quality terhadap loyalitas konsumen, Hipotesis 5 food safety terhadap loyalitas konsumen, Hipotesis 6 time saving orientation terhadap loyalitas konsumen, dan Hipotesis 7 kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, Catering