

ABSTRAK

Loyalitas konsumen merupakan faktor kunci dalam menjaga keberlangsungan dan meningkatkan keuntungan jangka panjang bagi bisnis, khususnya pada industri restoran fast-food. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *price fairness* dan *service quality* terhadap loyalitas konsumen KFC di Semarang, dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Pendekatan penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*, melibatkan 140 responden yang merupakan konsumen KFC di Semarang. Pengolahan data dilakukan menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) melalui aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *price fairness* dan *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Selain itu, kepuasan konsumen juga terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas konsumen serta memediasi hubungan antara *price fairness* dan *service quality* terhadap loyalitas konsumen. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi penetapan harga yang adil dan kualitas layanan yang unggul dalam meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumen pada sektor fast-food. Penelitian ini mengembangkan kajian pada industri fast-food sesuai rekomendasi penelitian sebelumnya.

Kata kunci: keadilan harga, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

