

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin tingginya tingkat pertumbuhan UMKM di kalangan mahasiswa khususnya di bidang kuliner. Bisnis kuliner Jepang merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat di Semarang. Takoyaki 48 merupakan salah satu bisnis UMKM yang bergerak di bidang kuliner Jepang. Takoyaki 48 menjual produk utama mereka yaitu takoyaki yang merupakan salah satu jajanan/snack khas Negara Jepang. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh persepsi harga (X1), kemenarikan produk (X2), dan kecepatan tanggapan karyawan (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y1) dan implikasinya terhadap minat loyalitas (Y2) Takoyaki 48.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk di gerai Takoyaki 48 Semarang dengan jumlah sampel sebanyak 130 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Non Probability Sampling*, serta jenis datanya adalah primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan pertanyaan terbuka maupun tertutup.

Menurut hasil analisis, indikator-indikator dalam penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel kemenarikan produk, diikuti variabel persepsi harga dan yang paling akhir variabel kecepatan tanggapan karyawan. Sedangkan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap minat loyalitas adalah variabel kepuasan pelanggan, diikuti kecepatan tanggapan karyawan, persepsi harga dan kemenarikan produk. Koefisien determinasi model I yang terlihat pada *Adjusted R Square* sebesar 0,558 yang berarti bahwa kepuasan pelanggan pengaruhnya dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam penelitian ini sebesar 55,8% dan sisanya 44,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini. Sedangkan Koefisien determinasi model II yang terlihat pada *Adjusted R Square* sebesar 0,452 yang berarti bahwa minat loyalitas pengaruhnya dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dan variabel intervening dalam penelitian ini sebesar 45,2% dan sisanya 54,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kemenarikan Produk, Kecepatan Tanggapan Karyawan, Kepuasan Pelanggan, Minat Loyalitas