Abstrak

Bakso Papa Teuku sebagai salah satu bakso terpopuler di Kota Semarang mengalami stagnansi pertumbuhan laba dalam beberapa tahun terakhir. Usaha-usaha pemasaran telah dilakukan baik secara fisik maupun digital (melalui berbagai media sosial). Namun, usaha-usaha tersebut masih belum mampu meningkatkan pertumbuhan laba perusahaan dikarenakan masih belum efektifnya strategi pemasaran 7P dan strategi pemasaran berbasis *consumer-centered*. Untuk menyelidiki bagaimana usaha-usaha yang efektif untuk merespon fenomena tersebut, dilakukan penelitian terhadap konsumen Bakso Papa Teuku dengan melihat bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, kualitas restoran dan penanganan keluhan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasaan pelanggan sebagai variabel intervening.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen Bakso Papa Teuku. Dengan menggunakan metode *cluster sampling*, didapatkan 106 responden yang menjadi sampel dari penelitian ini. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) sebagai alat analisis.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas restoran berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan, penanganan keluhan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu diketahui bahwa kepuasan pelanggan tidak mampu memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasaan pelanggan mampu memediasi hubungan kualitas restoran dan penanganan keluhan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kualitas Restoran, Penanganan Keluhan, Kepuasaan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan