

ABSTRAK

Titin Maryati, “Pengaruh Kualitas Produk dan Tingkat Kesesuaian Harga Terhadap Loyalitas Konsumen di K99 Curry House Bandung”

Pariwisata di Indonesia berkembang secara pesat dan tidak dipungkiri perekonomian negara semakin meningkat. Secara teori pariwisata merupakan industri yang dipercaya menjadi penyedia lapangan pekerjaan maupun menjadi ujung tombak pertumbuhan ekonomi pada suatu negara antara lain melalui wisata budaya, olahraga, industri, petualangan dan kuliner. Kota Bandung sebagai daerah tujuan wisata banyak terdapat keanekaragaman kuliner di dalamnya. Banyaknya potensi restoran, rumah makan dan juga cafe yang menawarkan aneka ragam makanan dan minuman menjadi salah satu faktor pendorong wisatawan untuk datang ke Kota Bandung. Makanan dan minuman serta fasilitas yang ditawarkan oleh setiap tempat makan akan berbeda dan menampilkan ciri khas masing-masing. Adanya ciri khas dan karakter serta ragamnya makanan dan minuman yang ditawarkan oleh beberapa tempat makan membuat para wisatawan penasaran untuk mencobanya. Semakin berkembangnya variasi makanan dan pola konsumsi konsumen yang sangat selektif, para pebisnis kuliner harus dapat memperhatikan kualitas produk dan tingkat harga demi memenuhi permintaan konsumen sehingga tercipta loyalitas konsumen pada usahanya.

Hal inilah yang melatarbelakangi K99 Curry House sebagai salah satu rumah makan khas India di Kota Bandung untuk melakukan evaluasi kualitas produk dan tingkat kesesuaian harga pada menunya demi mendapatkan konsumen yang loyal sebanyak mungkin. Berdasarkan uraian diatas, maka diadakan penelitian mengenai Kualitas Produk dan Tingkat Kesesuaian Harga Terhadap Loyalitas Konsumen di K99 Curry House. Penelitian ini dilakukan pada konsumen K99 Curry House. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis gambaran kualitas produk di K99 Curry House, untuk menganalisis gambaran tingkat kesesuaian harga di K99 Curry House, untuk menganalisis gambaran loyalitas konsumen di K99 Curry House, untuk menganalisis adanya pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di K99 Curry House, untuk menganalisis adanya pengaruh tingkat kesesuaian harga terhadap loyalitas konsumen di K99 Curry House, dan untuk menganalisis adanya pengaruh kualitas produk dan tingkat kesesuaian harga terhadap loyalitas konsumen di K99 Curry House.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif, dengan ukuran sampel 100 responden. teknis analisis data yang digunakan adalah teknik korelasi *product moment* dan analisis regresi ganda. Berdasarkan hasil olah data, didapatkan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,213 sedangkan tingkat kesesuaian harga berpengaruh lebih tinggi yaitu sebesar 0,579 terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : Kualitas Produk, Tingkat Kesesuaian Harga, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Titin Maryati, “The Influence of Product Quality and Price Levels of Conformance to Customer Loyalty at K99 Curry House Bandung”

Tourism in Indonesia is growing rapidly and economy of the state is increasing. Theoretically, tourism industry is to be providing jobs and of economic growth in a country by cultural tourism, sports, industry, adventure and culinary. Bandung as a tourist destination there is a lot of diversity culinary. There is a lot of restaurant potency, and cafe which have miscellaneous variety of food and beverage is one factor thruster tourist to come to Bandung. Food and beverage with other facility that provided every restaurant would be different and displaying a distinctive feature of each carpel. A distinctive feature and character with miscellaneous variety of food and beverage that provided by some restaurant make tourist want to try. The development of the variation of food and consumer consumption pattern of very selectively, the culinary entrepreneurs must be attentive to price level of the quality products to meet customer demand that springs customer loyalty on its.

The matters background K99 Curry House as any typical on Indian restaurant in Bandung to evaluate the product quality and conformity prices at levels their menu to earn to loyal customers as possible. Based on the description above, then held research on price level and quality products to customers in conformity loyalty K99 Curry House. The Study is done at K99 Curry House customers. This research purposes is to analyze and describe the product quality at K99 Curry House, to analyze the influence loyalty quality products to customers in K99 Curry House, to analyze the extent of conformity to influence prices loyalty K99 Curry House, customers in and to analyze the influence of the quality product and rate conformity prices against customer loyalty in K99 Curry House.

The methods used in this research is descriptive and verification, with samples 100 respondents. Technical analyze of data used is a technique correlation product moment and regression analysis. Based on the data, offer acquired influence the product quality against customer loyalty by 0,213, meanwhile level conformity price influential higher to 0,579 against customer loyalty.

Key word : Product Quality, Price Levels of Conformance, Customer Loyalty