

## **ABSTRAKSI**

Ricky Stefanus. Pengaruh Manfaat Relasional dan Nilai Persepsi Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Pada Starbucks Coffee di Central Park Jakarta Barat (Dibimbing oleh Bapak Abdurrahman).

Loyalitas saat ini menjadi suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan, karena dengan tingginya loyalitas pelanggan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas seperti manfaat relasional, nilai persepsi, dan kepuasan pelanggan. Pada hasil pra survei yang dilakukan dengan mengambil sampel 20 responden dari Starbucks Coffee di Central Park Mall Jakarta Barat, menunjukkan bahwa sebesar 65% pelanggan belum loyal pada perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh manfaat relasional dan nilai persepsi terhadap kepuasan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan Starbucks Coffee di Central Park Mall Jakarta Barat. Penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuesioner dengan mengambil sampel sebanyak 125 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat relasional dan nilai persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas secara langsung. Manfaat relasional dan nilai persepsi juga berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas dengan melalui kepuasan. Pengaruh manfaat relasional dan nilai persepsi terhadap loyalitas akan lebih besar apabila melalui kepuasan pelanggan dibandingkan pengaruh langsung.

**Kata Kunci:** Manfaat Relasional, Nilai Persepsi, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan, Starbucks Coffee.