

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peran dimensi lingkungan fisik, persepsi harga, dan kepuasan konsumen dalam membentuk loyalitas konsumen pada industri hiburan. Informasi yang didapat dari penelitian ini sangat penting bagi institusi sebagai bahan pertimbangan untuk menciptakan atau mempertahankan loyalitas konsumen. Subjek penelitian ini adalah konsumen Princess Syahrini F-KTV di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan 134 responden. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa 3 dimensi lingkungan fisik tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi harga, tetapi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian yang lain menunjukkan bahwa persepsi harga dan kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen, selain itu persepsi harga juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengaruh variabel mediasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga sama sekali tidak memiliki pengaruh sebagai mediator, sedangkan kepuasan konsumen menjadi mediator sempurna, kecuali pada hubungan antara dekorasi dengan loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Lingkungan fisik, dekorasi, tata ruang, kondisi *ambient*, persepsi harga, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen, dan industri hiburan.

ABSTRACT

This study aims to identify the roles of the dimensions of physical environment, price perception, and customer satisfaction in determining customer loyalty in the entertainment industry. Information obtained from this study is very important for the institution as consideration to create or maintain customer loyalty. The subjects were consumers of Princess Syahrini F-KTV in Yogyakarta. The sampling technique is purposive sampling. Method of data collection use questionnaires with 134 respondents. Data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM). The results showed that the three dimensional of physical environment does not have significant influence on price perception, but has a significant influence on customer satisfaction. The another results showed that price perception and customer satisfaction significantly influence consumer loyalty, in addition the price perception also has a significant influence on consumer satisfaction. The result of the influence of mediating variables in this study indicate that the price perception did not have an influence as a mediator, while customer satisfaction become a perfect mediator, except on the relationship between decoration and customer loyalty.

Keywords: Physical environment, decoration, spatial layout, ambient condition, price perception, customer satisfaction, customer loyalty, and entertainment industry.