

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi semakin lama semakin cepat, hal tersebut menuntun kepada persaingan yang ketat antar perusahaan. Perusahaan harus mempertahankan konsumennya dengan membangun loyalitas agar konsumen tidak berpindah kepada pesaing. Melihat kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan dan citra merek terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada konsumen Samsung di Semarang.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian *smartphone* Samsung lebih dari 1 kali atau konsumen yang menggunakan *smartphone* Samsung lebih dari 1 tahun di Semarang. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Data yang telah dikumpulkan diolah dan dianalisis menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan alat analisis AMOS 24.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen