ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk akan sangat mempengaruhi kelangsungan hidup suatu perusahaan dalam jangka panjang.

Penelitian ini adalah penelitian observasional, data diambil menggunakan prosedur *purposive sampling* dengan jumlah sampel 120 orang, dimana respondennya adalah konsumen TB. Bangun Rejeki yang telah berbelanja lebih dari dua kali. Alat analisa data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling (SEM)* pada program AMOS.

Hasil analisis SEM memenuhi kriteria *Goodness of Fit Index*, yaitu sebagai berikut : nilai *Chi-square*= 68.327; *Significance probability* = 0,079; RMSEA = 0,075; CMIN/DF = 1.921; TLI = 0,978; CFI = 0,960; GFI = 0,972 dan AGFI = 0,934. Berdasarkan hasil analisis data terlihat bahwa dari tujuh hipotesis, semua hipotesis dapat diterima, maka dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini dapat diterima.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles,* Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.

SEMARANG

FEB UNDIP