

ABSTRAK

Keadaan persaingan yang semakin intens mendorong banyak perusahaan untuk berupaya mempertahankan pelanggannya. Penelitian ini menerapkan pendekatan *customer relationship management* dalam melakukan analisis pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, citra merek, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. (Studi pada pelanggan Starbucks Coffee Paragon Mall Semarang). Jumlah sampel yang digunakan 180 responden dengan teknik purposive sampling. Kuesioner daring digunakan sebagai metode pengumpulan data. Penelitian menggunakan teknik *Structural Equation Modelling (SEM)* dan bantuan alat analisis statistik SPSS AMOS 23. Berdasarkan analisis data bahwa kualitas layanan, kualitas produk, citra merek mampu memberikan peningkatan terhadap kepuasan pelanggan dan berakhir dengan tingginya loyalitas pelanggan. Keterbatasan penelitian ini meliputi jumlah sampel yang masih berskala kecil, responden yang terbatas dan variabel penelitian yang belum mencakup secara keseluruhan. Sehingga saran penelitian mendatang agar dapat memperluas responden dan menaikkan jumlah sampel, serta menggunakan variabel lain yang memiliki keterkaitan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.