

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada konsumen *Fore Coffee* di Kota Semarang. Latar belakang penelitian ini berangkat dari semakin ketatnya persaingan bisnis kopi di Kota Semarang, khususnya pada merek *Fore Coffee*, yang menuntut perusahaan untuk mampu menjaga kualitas produk, layanan, serta citra merek agar dapat mempertahankan pelanggan.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 133 responden konsumen *Fore Coffee* di Kota Semarang. Analisis data dilakukan dengan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis AMOS untuk menguji hubungan langsung maupun tidak langsung antar variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan terbukti memediasi hubungan antara kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini menegaskan pentingnya bagi *Fore Coffee* untuk secara konsisten menjaga kualitas produk, meningkatkan layanan, serta memperkuat citra merek guna menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan yang berkelanjutan.

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