

ABSTRAK

Industri makanan dan minuman (F&B) di Indonesia saat ini menghadapi persaingan yang semakin ketat akibat meningkatnya jumlah pelaku usaha serta kesamaan target pasar. Salah satu subsektor yang menunjukkan perkembangan pesat adalah penyedia es krim dan makanan penutup beku. Mixue Ice Cream & Tea merupakan salah satu pelaku usaha yang memanfaatkan peluang tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana citra merek, kualitas layanan, dan persepsi harga memengaruhi loyalitas pelanggan, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dalam bentuk google form yang ditujukan kepada konsumen Mixue Ice Cream & Tea di Kota Semarang. Responden dalam penelitian ini berjumlah 206 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan perangkat lunak AMOS versi 24.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa citra merek, kualitas layanan, dan persepsi harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan