

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, kewajaran harga dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang dilakukan pada pelanggan produk Oriflame Semarang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah citra merek, kualitas produk, kewajaran harga sebagai variabel independen, kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen.

Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 180 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan alat analisis AMOS 24.0

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kewajaran harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : citra merek, kualitas produk, kewajaran harga, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.