

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga kompetitif dan reputasi toko, terhadap minat loyalitas pada Toko Mahkota Pekalongan dengan menggunakan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*.

Dalam penelitian ini terdapat 6 variabel, 24 indikator dan 9 hipotesis dengan pengujian hipotesis penelitian menggunakan data sebanyak 250 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dari program AMOS 20.0.

Dari 9 hipotesis tersebut ada 1 hipotesis yang ditolak. Hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa minat loyalitas dapat ditentukan melalui kepuasan konsumen dan efek langsung variabel independen. Namun, reputasi toko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat loyalitas. Ini berarti bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga kompetitif memainkan peran penting untuk kepuasan konsumen dan minat loyalitas.

**Kata kunci :** kualitas produk, kualitas pelayanan, harga kompetitif, reputasi toko, kepuasan konsumen, minat loyalitas.