

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya penurunan penjualan *House of Smith* Semarang dalam kurun waktu 2014-2015. Penurunan penjualan ini dapat dirumuskan bahwa bagaimana konsumen merasakan loyal setelah menggunakan *House of Smith* Semarang ditengah fenomena bisnis yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kustomisasi, Kualitas produk atas kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada *House of Smith* Semarang.

Sampel penelitian ini adalah konsumen *House of Smith* Semarang yang berjumlah 128 orang. Metode analisis data yang di gunakan adalah *Structural equation modeling (SEM)* melalui program AMOS. Variabel eksogen (Independen) dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel laten yaitu kepercayaan konsumen, kepuasan konsumen dan loyalitas sedangkan variabel endogen (dependen) terdiri dari 2 variabel laten yaitu kustomisasi dan kualitas produk.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kustomisasi dan Kualitas Produk menunjukkan pengaruh yang positif terhadap Kepercayaan, dan selanjutnya Kepercayaan dan kepuasan konsumen diterima sebagai variabel intervening dalam memediasi Kustomisasi dan kualitas produk terhadap Loyalitas Konsumen.

Kata Kunci: Kustomisasi, kualitas produk, kepercayaan konsumen, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen