

ABSTRAK

Persaingan bisnis produk fashion seperti tas, clutch, dan dompet kartu di Indonesia semakin meningkat, sejalan dengan pertumbuhan jumlah merek fashion baru. Perusahaan harus membuat strategi pemasaran baru untuk mempertahankan dan mendapatkan pasar yang lebih besar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial, toko ritel, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui nilai seumur hidup pelanggan pada produk Janus Apparel.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah mendengar, mengenal, atau membeli produk Janus Apparel. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 250 orang yang dipilih secara purposive sampling melalui kuesioner. Data yang diperoleh dari kuisisioner kemudian diolah dan dianalisis menggunakan program AMOS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh positif terhadap nilai umur pelanggan, dan nilai umur pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Namun proses yang paling berpengaruh untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada Janus Apparel adalah dengan meningkatkan media sosial yang mempengaruhi nilai seumur hidup pelanggan sebagai penentu keberhasilan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Media Sosial, toko ritel, kualitas produk, nilai umur pelanggan, loyalitas pelanggan.