

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor penentu loyalitas pelanggan. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, komitmen pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kualitas hubungan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap komitmen pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan, kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap komitmen pelanggan, komitmen pelanggan berpengaruh positif terhadap kualitas hubungan, dan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap kualitas hubungan.

Penelitian dilaksanakan di Black Canyon Coffee Surabaya. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 120 orang pelanggan, yang diambil secara *convenience sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Skala penambihan skor yang digunakan adalah *intervally scaled data* 1-10. Metode analisis data inferensial yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah *structural equation modeling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua hipotesis dapat diterima atau terbukti kebenarannya, yaitu: kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (CR=2,628), komitmen pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (CR=3,230), kualitas hubungan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (CR=4,901), kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap komitmen pelanggan (CR=2,178), kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan (CR=6,839), kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap komitmen pelanggan (CR=11,747), komitmen pelanggan berpengaruh positif terhadap kualitas hubungan (CR=2,290), dan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap kualitas hubungan (CR=2,218).

Kata kunci: *intervally scaled data, intervally scaled data, structural equation modeling*