

ABSTRAKSI

Seiring dengan persaingan usaha, pemahaman terhadap perilaku konsumen bukanlah pekerjaan yang mudah, tetapi cukup sulit dan kompleks, meskipun demikian, bila hal tersebut dapat dilakukan, maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih keuntungan yang jauh lebih besar daripada para pesaingnya, karena dengan dipahaminya perilaku konsumennya, perusahaan dapat memberikan kepuasan secara lebih baik kepada konsumennya dan tentu saja loyalitas konsumen akan tercipta. Berdasarkan uraian di atas, maka judul dalam penelitian ini adalah : **“Model Peningkatan Loyalitas Pelanggan Roti Virgin di Kota Ungaran”**.

Tujuan penelitian ini adalah : untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan populasi seluruh konsumen yang membeli roti Virgin Ungaran, sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang di peroleh dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah path analysis.

Hasil dari penelitian ini adalah : hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen, artinya apabila kualitas produk semakin meningkat, maka kepuasan dan loyalitas konsumen akan semakin meningkat. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen, artinya apabila kualitas pelayanan semakin meningkat, maka kepuasan dan loyalitas konsumen akan semakin meningkat. Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, artinya apabila kepuasan konsumen semakin meningkat, maka loyalitas konsumen semakin meningkat. Kualitas produk bukan merupakan variabel intervening di antara pengaruh kualitas produk dengan loyalitas konsumen. Kualitas Pelayanan bukan merupakan variabel intervening di antara pengaruh kualitas produk dengan loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen