

ABSTRACK

This study aims to determine the effect of Product Quality, Service Quality and Lifestyle against Customer Loyalty of Starbucks. This study was collected by 160 respondents with the condition respondent are consumers who have ever visited a Starbucks coffee shop. The sampling technique used was purposive sampling, while analysis tool used is Partial Least Square (PLS). Hypothesis Testing results showed that the product quality effect is not significant to the customer loyalty. Service quality effect is positive and significant to the Customer Loyalty. Lifestyle effect is positive and significant to the Customer Loyalty. The research model tested in this study were able to meet the criteria for eligibility testing models.

Keywords : *Product Quality, Service Quality, Lifestyle, and Customer Loyalty.*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Gaya Hidup terhadap Loyaltas Pelanggan pada Starbucks. Penelitian ini dilakukan terhadap 160 responden dengan syarat responden para konsumen yang sudah pernah mengunjungi keda kopi Starbucks. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purpose sampling, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS). Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Model penelitian yang diuji dalam penelitian ini mampu memenuhi kriteria pengujian kelayakan model.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Gaya Hidup, dan Loyalitas Pelanggan



UNIVERSITAS
MERCU BUANA