**ABSTRAK**

Kevin Kristanto / 20140585 / 2019 / Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan,Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Minuman *Bubble Tea* Merek *Chatime* Di Mal Kelapa Gading / Tumpal J.R.Sitinjak,Ir.,M.M.

Di era globalisasi saat ini persaingan di pasar domestic maupun internasional bisa disebut sangat kompetitif.Hal ini dapat terjadi karena banyak pesaing bisnis yang bergerak di bidang produk atau jasa yang serupa.Salah satunya yaitu saat ini banyak bermunculan perusahaan yang menawarkan produk minuman mengingat bahwa saat ini masyarakat Indonesia menyukai minuman yang memiliki rasa yang bervariasi. Pertumbuhan jumlah perusahaan *bubble tea* yang semakin hari semakin banyak menyebabkan persaingan semakin ketat diantara perusahaan *bubble tea* di Indonesia. Perusahaan-perusahaan *bubble tea*  yang ada ini harus rutin dalam memberikan kualitas produk terbaik kepada konsumen, serta memperbaiki kualitas layanan, meningkatkan kepuasaan pelanggan dan membuat pelanggan semakin loyal. Kepuasan pelanggan menjadi faktor yang penting untuk meningkatkan profit serta membina hubungan baik antara perusahaan dan konsumen. Pertanyaannya adalah, bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *Chatime* di Mal Kelapa Gading.

Teori yang digunakan dalam penelitian adalah teori kualitas produk, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan*.*Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variable independen dan variable dependen.Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan sedangkan variable dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan.

Objek penelitian ini adalah *Chatime* Mal Kelapa Gading. Penarikan sampel dilakukan dengan cara*non probability sampling* dengan pendekatan *judgement sampling*. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan media kuesioner.Teknik analisis data pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi ganda.Media pengolahan data menggunakan *SPSS 24*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.Dan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas produk, kualitas layanan, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *Chatime* di Mal Kelapa Gading.

Kesimpulan pada penelitian ini menemukan adanya pengaruh antara variabel-variabel bebas (kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasann pelanggan) terhadap variable terikat (loyalitas pelanggan)

**Kata Kunci : kualitas produk, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.**