

ABSTRAK

Perkembangan industri *f&b* terus meningkat sehingga hal tersebut menuntut suatu perusahaan untuk dapat menciptakan kepuasan serta loyalitas terhadap konsumennya, cara yang dapat dilakukan yakni menerapkan *Marketing Mix* 4P. Maka dari itu tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh dari *Marketing Mix* 4P terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel *intervening* pada Perusahaan *Mixue Ice Cream & Tea* di Kota Bandung.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif. Teknik sampling yang digunakan yakni *non probability sampling* dengan jumlah sebsanyak 400 orang, dan menggunakan skala likert. Analisis data menggunakan metode *Partial Least Square* dengan *SmartPLS* 3.0.

Adapun hasil dari penelitian ini yaitu variabel *Product* berpengaruh signifikan namun negatif terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*, namun *Promotion*, *Place*, dan *Price* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*, dan *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Customer Loyalty*. *Product*, *Promotion*, *Place*, *Price* dan *Customer Satisfaction* mempengaruhi *Customer Loyalty* sebesar 67,5%.

Kata Kunci: *Marketing Mix*, *Product*, *Promotion*, *Place*, *Price*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*