

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, manajemen hubungan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada konsumen Avoskin di Bandung. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kualitas produk, manajemen hubungan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung pada konsumen Avoskin di Bandung.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*) menggunakan *Structural Equation Modeling – Partial Least Square* (SEM-PLS). Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden pengguna produk Avoskin, yang dipilih menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Sementara itu, manajemen hubungan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas produk memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan, sedangkan strategi manajemen hubungan pelanggan ditinjau ulang agar lebih efektif dalam menjalin hubungan jangka panjang dengan konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Produk, Manajemen Hubungan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Avoskin, SEM-PLS