

## ABSTRAK

Berdasarkan data AC Nielsen Tahun 2017, jumlah minimarket di Indonesia merupakan yang terbesar di Asia Tenggara yaitu 43.836 toko dan akan terus tumbuh setiap tahunnya. Para pengusaha minimarket akhirnya berlomba-lomba untuk menciptakan inovasi bagi minimarketnya guna mempertahankan para pelanggannya dan juga mengembangkan bisnisnya. Terdapat beberapa faktor yang dapat menyebabkan para konsumen bertahan pada minimarket pilihannya seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, sampai dengan kepuasan konsumen itu sendiri.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari faktor kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen di minimarket Toko Belanja Rudy. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang berjenis kausal dan korelasi. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen pada Toko Belanja Rudy. Sampel pada penelitian ini adalah 200 responden. Teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan *sampling* aksidental. Pengambilan data dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada para pengunjung minimarket setelah berbelanja. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *structural equation modelling* (SEM) dengan menggunakan *Lisrel*.

Hasil dari penelitian ini adalah variabel kualitas layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Variabel kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh negatif terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : *minimarket, kualitas layanan, kualitas produk, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen SEM*