

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah 1) citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, 2) apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan? 3) apakah nilai berpengaruh terhadap kepuasan konsumen? 4) apakah kualitas persepsian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen? 5) apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen? 6) apakah citra merek berpengaruh terhadap nilai? 7) Apakah kualitas persepsian berpengaruh terhadap nilai? 8) Apakah citra merek berpengaruh terhadap kualitas persepsian? Teknik pengambilan sampel metode sistematis *purposive sampling*, dengan maksud agar pengambilan sampel dilakukan dengan suatu ketentuan tertentu. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model persamaan struktural (*Structural Equation Model (SEM)*). Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa ada 1) citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 2) Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 3) Nilai tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. 4) Kualitas persepsian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. 5) Citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. 6) Citra merek berpengaruh signifikan terhadap nilai. 7) Kualitas persepsian berpengaruh signifikan terhadap nilai. 8) Citra merek berpengaruh terhadap kualitas persepsian