

INTISARI

Penelitian ini merupakan replikasi model penelitian yang diajukan pada penelitian Sahagun dan Vasquez (2013). Sekarang ini banyak restoran *fast food* yang ditawarkan di Indonesia, hal ini membuat konsumen terlihat tidak loyal pada satu restoran *fast food*. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *customer satisfaction* dengan pengantar relasional *trust* dan *commitment* terhadap *customer loyalty*. Penelitian yang dilakukan menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* melalui pendekatan *convenience sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan *softwar* AMOS 18.0. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 165. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh *customer satisfaction* terhadap *trust*, *trust* terhadap *commitment*, dan *commitment* terhadap *customer loyalty*. Melalui penelitian ini dapat disimpulkan bahwa semakin tingginya kepuasan pelanggan terhadap produk dan transaksi, akan menyebabkan semakin tinggi kepercayaan pelanggan, kemudian menyebabkan semakin tingginya komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian ulang, yang akhirnya menyebabkan semakin tingginya pelanggan menjadi loyal dalam jangka waktu yang lama.

Kata kunci: Kepuasan, Kepercayaan, Komitmen, Loyalitas Pelanggan, Restoran Cepat Saji