

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *reward attractiveness* terhadap *experiential benefit*, *knowledge benefit* terhadap *experiential benefit*, *required effort* terhadap *experiential benefit*, *group belongingness* terhadap *customer satisfaction*, *disclosure closure* terhadap *customer satisfaction*, *group belongingness* terhadap *customer loyalty*, *disclosure comfort* terhadap *customer loyalty*, *experiential benefit* terhadap *customer satisfaction* dan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*. Penelitian ini juga dilakukan karena semakin banyak *coffee shop* yang bermunculan dalam persaingan industri makanan dan minuman, menurut data yang ada (Majalah Marketing 2016), *coffee shop* Excelso menduduki peringkat ketiga ditengah persaingan *coffee shop* lokal maupun internasional, maka menarik untuk diteliti bagaimana *coffee shop* Excelso mempertahankan loyalitas pelanggan hingga saat ini. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Excelso yang mempunyai kartu anggota *coffee shop* Excelso. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 178 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan program AMOS 16.0. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *reward attractiveness* terhadap *experiential benefit*, *knowledge benefit* terhadap *experiential benefit*, *required effort* terhadap *experiential benefit*, *group belongingness* terhadap *customer satisfaction*, *disclosure closure* terhadap *customer satisfaction*, *experiential benefit* terhadap *customer satisfaction*, dan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*. Sedangkan variabel yang tidak berpengaruh antara variabel *group belongingness* terhadap *customer loyalty* dan *disclosure comfort* terhadap *customer loyalty* yang disebabkan karena loyalitas dipengaruhi oleh kepuasan, dan meskipun pelanggan memiliki kerikatan yang kuat dengan perusahaan namun tetap tidak bisa berpengaruh pada loyalitas pelanggan diakarenakan karakteristik setiap konsumen yang berbeda-beda. Pelanggan akan setia ketika telah merasa puas akan produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

**Kata kunci:** *reward attractiveness*, *knowledge benefit*, *required effort*, *group belongingness*, *experiential benefit*, *customer satisfaction*, *customer satisfaction*, *customer loyalty*, *Coffee shop* Excelso.