

ABSTRAK

Judul : **Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Tiki (Studi Kasus Pada Pelanggan Tiki Konter Kebon Jeruk, Jakarta Barat).**

Nama : **Septian Muhidi**

Program Studi : **Manajemen**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Sampel sebanyak 215 responden yang merupakan Pelanggan Tiki konter Kebon Jeruk dengan menggunakan teknik *non probability sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis jalur (*Path Analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: variabel citra merek berpengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan; variabel kualitas layanan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan; variabel harga berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; variabel kepuasan pelanggan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan; variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan; variabel kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan; variabel harga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian, sebaiknya Tiki terus meningkatkan dan menyesuaikan citra merek, kualitas layanan dan harga. Hal tersebut akan mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan dan membuat pelanggan menjadi loyal.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

Title : **Effect of Brand Image, Service Quality, and Price on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction As Intervening Variables on Tiki Customers (Case Study On Tiki Konter Customer Kebon Jeruk, West Jakarta)**

Name : **Septian Muhidi**

Stusdi Program : **Management**

This research examines image, service quality and price to customer loyalty through satisfaction. The type of research used is causal associative research with quantitative research. The sample is 215 respondents who are Tiki customers at the Kebon Jeruk counter by using a non probability sampling technique. The data analysis used is descriptive analysis and path analysis.

The results of the study indicate that: the brand image variable is direct and significant to the variable customer satisfaction; service quality variables received directly and significantly on customer satisfaction variables; price variables received directly and significantly on customer satisfaction; variable customer satisfaction is welcomed directly and significantly towards customer loyalty; significant trademark image variable on customer loyalty; service quality variables have a significant influence on customer loyalty; price variable has a significant influence on customer loyalty. Thus, get Tiki to continue to improve and adjust the brand image, service quality and price. This will increase customer satisfaction and make customers loyal.

Keywords: Brand Image, Service Quality, Price, Customer Satisfaction, Loyalty Customer.