

ABSTRAK

Jonathan Agustinus S, Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dimediasi Kepuasan (Studi Kasus Pelanggan Grab Pengguna GrabBike di Poris – Kota Tangerang). Dibimbing oleh Prof. Dr. Hj. Endang Ruswanti, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empiris pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang dikuantitatifkan. Sampel sebanyak 170 responden yang merupakan Pelanggan Grab pengguna *GrabBike* dengan menggunakan teknik *non probability sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner berbentuk angket maupun e-form. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : variabel citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan; variabel kepuasan pelanggan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan; variabel citra merek dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian, sebaiknya perusahaan Grab terutama *GrabBike* harus terus meningkatkan citra merek dan kualitas pelayanan. Hal tersebut akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan membuat pelanggan menjadi loyal.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas

ABSTRACT

Jonathan Agustinus S, The Effect of Brand Image and Service Quality on Satisfaction Mediated Loyalty (Case Study of GrabBike User Grab Users in Poris - Tangerang City). Supervised by Prof. Dr. Hj. Endang Ruswanti, MM.

This study aims to determine empirically the influence of brand image and service quality on customer loyalty through customer satisfaction. The research method used is path analysis. The type of data used in this study is qualitative data which is quantitative. A sample of 170 respondents who are GrabBike Grab Customers use non-probability sampling techniques. The data collection method uses a questionnaire in the form of a questionnaire and e-form. The results showed that: variable brand image and service quality had a direct and significant effect on customer satisfaction variables; customer satisfaction variables directly and significantly influence customer loyalty; Variable brand image and service quality have no significant effect on customer loyalty. Thus, Grab companies, especially GrabBike, should continue to improve their brand image and service quality. This will affect customer satisfaction and make customers become loyal.

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