

## ABSTRAK

Judul : Pengaruh Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada *Tweleve Mart* di SMKN 12 Kabupaten Tangerang.

Nama : Reni Susiyanti

Program Studi : Manajemen

Dibimbing Oleh : Dihin Septyanto

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada *Tweleve Mart* di SMKN 12 Kabupaten Tangerang. Dalam penelitian ini variabel independen terdiri dari Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan, sedangkan variabel dependen adalah Loyalitas, dan variabel intervening yaitu Kepuasan Pelanggan

Metode penelitian yang digunakan pada pengambilan sampel adalah sampel purposif dimana jumlah populasi yang dijadikan sampel berjumlah 130 responden yang berasal dari 26 pernyataan kuesioner. Responden penelitian ini adalah wilayah SMKN 12 Kabupaten Tangerang sedangkan konsumen yang mengetahui *Tweleve Mart* tersebar hampir di seluruh Kab. Tangerang. Metode analisis yang digunakan adalah Path analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi atau intervening tidak dapat meningkatkan pengaruh variabel Citra Merek terhadap variabel Loyalitas atau pengaruh langsung lebih berpengaruh dibandingkan pengaruh tidak langsung, sedangkan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi atau intervening dapat meningkatkan pengaruh variabel Kualitas Layanan terhadap variabel Loyalitas atau pengaruh tidak langsung lebih berpengaruh dibandingkan pengaruh langsung.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas.

## **ABSTRACT**

**Title** : *Effect of Brand Image, and Service Quality on Loyalty through Customer Satisfaction as Intervening Variables on Tweleve Mart in SMKN 12 Tangerang Regency.*

**Name** : Reni Susiyanti

**Study Program** : Management

**Mentor** : Dihin Septyanto

*This study aims to determine the effect of Brand Image Effect and Service Quality on Loyalty through Customer Satisfaction as Intervening Variables on Tweleve Mart in SMKN 12 Tangerang Regency. In this research the independent variable consists of Brand Image, and Service Quality, while the dependent variable is Loyalty, and the intervening variable is Customer Satisfaction.*

*The research method used in sampling is a purposive sample in which the population of the sample is 130 respondents from 26 questionnaire statements. The respondents of this study are the 12th District of SMKN Tangerang Regency while the consumers who know Tweleve Mart are scattered in almost all districts. Tangerang. The analytical method used is Path analysis.*

*The results showed that Brand Image on Loyalty through Customer Satisfaction as a mediating or intervening variable could not increase the influence of Brand Image variables on Loyalty variables or direct influence was more influential than indirect effects, whereas Service Quality on Loyalty through Customer Satisfaction as a mediating or intervening variable could increasing the effect of Service Quality variables on the Loyalty variable or the indirect effect is more influential than the direct effect.*

**Keywords;** *Brand Image, Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty.*

