

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada minuman Teguk di Bekasi Timur)

Lorensia Angela Krista Damayanti
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen, (2) pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen, (3) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, (4) pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi melalui kepuasan konsumen, (5) pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi melalui kepuasan konsumen, (6) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi melalui kepuasan konsumen. Teknik ini menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis data penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS) menggunakan WarpPLS 8.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, 2) citra merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, 3) kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, 4) harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi secara penuh melalui kepuasan konsumen, 5) citra merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi secara sebagian melalui kepuasan konsumen, 6) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi secara penuh melalui kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Harga, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

**THE EFFECT OF PRICE, BRAND IMAGE AND SERVICE QUALITY ON
CONSUMER LOYALTY WITH CONSUMER SATISFACTION AS A
MEDIATION VARIABLE**

(Study on Teguk drinks in East Bekasi)

Lorensia Angela Krista Damayanti
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2022

This study aims to determine: (1) the effect of price on consumer loyalty, (2) the influence of brand image on consumer loyalty, (3) the influence of service quality on consumer loyalty, (4) the effect of price on consumer loyalty mediated through consumer satisfaction, (5) the influence of brand image on consumer loyalty mediated through consumer satisfaction, (6) the influence of service quality on consumer loyalty mediated through consumer satisfaction. This technique uses purposive sampling. The data was obtained by distributing questionnaires to 100 respondents. The data analysis technique of this study is Partial Least Square (PLS) using WarpPLS 8.0. The results of this study show that: 1) price has no effect on consumer loyalty, 2) brand image affects consumer loyalty, 3) service quality does not affect consumer loyalty, 4) price affects consumer loyalty which is full mediation through customer satisfaction, 5) brand image affects consumer loyalty which is partial mediation through customer satisfaction, 6) service quality affects consumer loyalty which is full mediation through consumer satisfaction.

Keywords : Price, Brand Image, Quality of Service, Customer Satisfaction, Consumer Loyalty