

ABSTRAK

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Antonius Atam
NIM:202214168
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2026

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1.Pengaruh secara langsung citra merek terhadap loyalitas konsumen 2.Pengaruh secara langsung harga terhadap loyalitas konsumen 3.Pengaruh secara langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. 4.Pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen dengan Kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. 5.Pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen dengan Kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. 6.Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan Kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah mahasiswa Yogyakarta yang pernah membeli produk Outlet Biru minimal 2 kali dalam 3 bulan terakhir di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data diperoleh dengan menyebar kuesioner ke 96 responden melalui google form. Pengambilan sampel menggunakan teknik nonprobability sampling dengan purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan perangkat lunak *Partial Least Square*, yaitu *SmartPLS4*. Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa 1.Citra merek secara langsung tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, 2.Harga secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. 3. Kualitas pelayanan secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.. 4. Citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi (*no mediated*) oleh kepuasan konsumen. 5.Harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi secara parsial (*partially mediated*) oleh kepuasan konsumen. 6. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi secara parsial (*partially mediated*) oleh kepuasan konsumen

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

ABSTRACT

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

Studies in S1 FE USD Students

Antonius Atam

NIM:202214168

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2026

This study aims to find out: 1. The direct influence of brand image on consumer loyalty 2. The direct influence of price on consumer loyalty 3. The direct influence of service quality on consumer loyalty. 4. The influence of brand image on consumer loyalty with consumer satisfaction as a mediating variable. 5. The effect of price on consumer loyalty with customer satisfaction as a mediating variable. 6. The effect of service quality on consumer loyalty with consumer satisfaction as a mediating variable. In this study, the population taken was Yogyakarta students who had bought blue outlet products at least 2 times in the last 3 months in the Special Region of Yogyakarta. Data was obtained by distributing questionnaires to 96 respondents through google forms. Sampling was done using a nonprobability sampling technique with purposive sampling. The data analysis technique uses Partial Least Square software, namely SmartPLS4. Based on research, it is shown that 1. Brand image directly does not affect consumer loyalty, 2. Price directly affects consumer loyalty. 3. The quality of service directly affects consumer loyalty. 4. Brand image has no effect on consumer loyalty by being mediated (no mediated) by consumer satisfaction. 5. Price affects consumer loyalty by being partially mediated by consumer satisfaction. 6. Service quality affects consumer loyalty by being partially mediated by consumer satisfaction

Keywords: brand image, price, service quality, consumer loyalty and consumer satisfaction.