

ABSTRAK

Christian Gunardi (01011180214)

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN PADA ZARA DI JAKARTA

(xii + 111: 6 gambar ; 25 tabel; 30 lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, kualitas layanan, dengan kepuasan sebagai variabel interverning terhadap loyalitas. Permasalahan dalam penelitian ini adalah ZARA sebagai merek yang sangat terkenal dalam dunia fashion belum bisa menempati posisi satu *top brand index* kategori *fashion retail* selama tiga tahun terakhir. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat peran citra merek, kualitas produk, dan kualitas layanan dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai mediasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan Teknik pengumpulan data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner elektronik. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 175 orang yang pernah bertransaksi pada toko ZARA di Jakarta. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan purposive sampling. Penelitian ini menggunakan PLS (*partial Least Square*) dengan alat ukur SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan citra merek dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, tetapi kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, tetapi kualitas produk dan citra merek tidak berpengaruh signifikan. Citra merek dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, tetapi kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan

Referensi : 92 (1975-2021)