

ABSTRAK

Velencia Christin (01011190211)

PENGARUH KUALITAS LAYANAN *SELF-SERVICE TECHNOLOGY* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAN NIAT PERILAKU DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN DAN CITRA MEREK

(xiii + 152 halaman; 35 tabel, 8 gambar, 3 lampiran)

Penelitian yang dilakukan memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas layanan *self-service technology* terhadap loyalitas pelanggan, niat perilaku dan kepuasan pelanggan, kemudian pengaruh dari kualitas layanan *self-service technology* terhadap loyalitas pelanggan dan niat perilaku yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan serta pengaruh dari kualitas layanan *self-service technology* terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh citra merek. Pada penelitian ini, digunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data kuesioner secara *online* (*Google Form*) yang kemudian akan disebarluaskan melalui sosial media (Line, Whatsapp dan Instagram). Teknik penentuan sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling – purposive sampling* dengan sejumlah 218 responden. Hasil penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa seluruh hipotesis pada penelitian didukung, antara lain: kualitas layanan *self-service technology* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kualitas layanan *self-service technology* berpengaruh positif terhadap niat perilaku, kualitas layanan *self-service technology* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan memediasi secara positif hubungan kualitas layanan *self-service technology* pada loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan memediasi secara positif hubungan kualitas layanan *self-service technology* pada niat perilaku, citra merek memediasi secara positif hubungan kualitas layanan *self-service technology* pada loyalitas pelanggan.

Keywords: Kualitas Layanan *Self-Service Technology*; Loyalitas Pelanggan; Niat Perilaku; Kepuasan Pelanggan; Citra Merek.

Referensi: 89