

ABSTRAK

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN YANG DIMEDIASI
OLEH KEPUASAN PELANGGAN
PADA SICEPAT EKSPRES**

Kunang Kelana
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada SiCepat Ekspres. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

Sampel yang digunakan adalah pelanggan yang menggunakan jasa SiCepat Ekspres yang sudah pernah menggunakan jasa minimal 1 (satu) kali dalam waktu 1 (satu) tahun. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda dan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Hasil analisis menunjukkan bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan memediasi pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan tidak memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Citra merek; kualitas layanan; loyalitas pelanggan; kepuasan pelanggan

ABSTRACT

***THE IMPACT OF BRAND IMAGE AND SERVICE
QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY MEDIATED
BY CUSTOMER SATISFACTION
AT SICEPAT EKSPRES***

*Kunang Kelana
Sanata Dharma University
Yogayakarta
2024*

This research aims to determine the influence of brand image and service quality on customer loyalty which is mediated by customer satisfaction with SiCepat Ekspres. This study uses a quantitative approach.

The sample used is customers who use the SiCepat Ekspres service who have used the service at least 1 (one) time within 1 (one) year. The data collection method uses a survey method by distributing questionnaires. The data analysis technique uses multiple regression analysis and classical assumption tests consisting of normality tests, multicollinearity tests and heteroscedasticity tests.

The results of the analysis show that brand image has no significant effect on customer satisfaction, service quality has a significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty, brand image has no significant effect on customer loyalty, service quality has no significant effect on customer loyalty, customer satisfaction mediates the influence of brand image on customer loyalty, customer satisfaction does not mediate the influence of service quality on customer loyalty.

Keywords: Brand image; service quality; customer loyalty; customer satisfaction