

ABSTRACT

The objectives of this study are to examine and analyze the influence of corporate image and service quality GO-FOOD on customer loyalty with customer satisfaction as intermediate variable. The data used in this study is the primary data, the total sample is 100 students who have used GO-FOOD at Mercu Buana University. The sampling technique used is purposive sampling method. Data collection by questionnaires and the data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) The result of this study shows that: (1) corporate image has no significant influence on customer satisfaction; (2) service quality has significant influence on customers satisfaction; (3) customers satisfaction has significant influence on customers loyalty.

Keywords : *Corporate Image, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan GO-FOOD terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel antara. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, total sampel adalah 100 siswa yang telah menggunakan GO-FOOD di Universitas Mercu Buana . Teknik sampling yang digunakan adalah metode purposive sampling. Pengambilan data dengan kuesioner dan data dianalisis dengan menggunakan Structural Equation Modelling (SEM) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan; (2) kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan; (3) kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

