

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to study how service quality, brand image and product quality, to customer loyalty through customer satisfaction. This research is a census, discussing objects in respondents with 100 respondents. The research method used in this study is descriptive analysis method. The data analysis technique used is the analytical technique used and SEM analysis techniques (structural equation models). Analysis techniques to determine the relationship between variables, while SEM analysis techniques to determine the influence of independent variables on the dependent variable. The software used to process and analyze data from this study is Smart PLS version 3.0. Regarding service quality variables, brand image and product quality, customer loyalty through customer satisfaction is included in the good category, because all independent variables influence positively and significantly on the dependent variable.*

*Keyword : service quality, brand image, product quality, customer loyalty, customer satisfaction.*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan, citra merek dan kualitas produk, terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan . Penelitian ini adalah sensus, jumlahnya objek dalam populasi dengan responden 100. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif metode analisis. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis korelasi dan teknik analisis SEM (structural equation model). Teknik analisis korelasi untuk menentukan hubungan antar variabel, sedangkan teknik analisis SEM untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Perangkat lunak yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data dari penelitian ini adalah Smart PLS versi 3.0. Hasilnya menunjukkan bahwa kondisi variabel kualitas pelayanan, citra merek dan kualitas produk, terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan termasuk dalam kategori baik, karena semua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, citra merek, kualitas produk, loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan.

