

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis Pengaruh Bauran Pemasaran, Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. Menggunakan data primer dan sekunder, data sekunder dikumpulkan melalui jurnal, buku dan publikasi lainnya. Data sekunder dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden, menggunakan *convenience sampling* dengan total sampling yang diperoleh sebanyak 263. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM dengan software Lisrel 8.3. hasil penelitian kuantitatif ini menunjukkan 6 dari 7 hipotesis diterima. Variabel Bauran Pemasaran, Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen menjembatani Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Satu hipotesis yang ditolak adalah bahwa Bauran Pemasaran tidak berpengaruh signifikan. Dalam studi ini juga ditemukan bahwa Variabel Ekuitas Merek memiliki pengaruh yang paling kuat dalam membentuk Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan. Disarankan kepada sekolah untuk menindaklanjuti hasil penelitian ini untuk meningkatkan siswa yang loyal terhadap sekolah.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Ekuitas Merek, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Pelanggan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Marketing Mix, Brand Equity and Service Quality Customer Satisfaction and their Impact on Customer Loyalty. Both primary and secondary data were employed, Secondary data were gathered through journals, book and other publications, Secondary data were gathered using questionnaire which was distributed to the respondents, using convenience sampling, a total 263 was obtained. The method of analysis used in this study is SEM with software LISREL 8.3. The results of quantitative research shows 6 of 7 hypotheses are accepted. Marketing Mix Variables, Brand Equity and Quality of Service Influential Positive and significant impact on customer satisfaction. The results also showed that the bridge Customer Satisfaction and Service Quality Brand Equity and significant positive effect on customer satisfaction. One hypothesis is rejected is that no significant effect of the Marketing Mix. In this study also found that variable Brand Equity has the most powerful influence in shaping Customer Satisfaction and Customer Loyalty. It is suggested that the schools can follow the results of this study to increase the loyalty of students.

Key Words: Marketing Mix, Brand Equity, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

