

## ABSTRAK

### **PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER RELATIONSHIP***

**(Survei pada pelanggan Chatime di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

MALVA NABILLA FARHANI

NIM. 1411900091

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[malva.nabilla@gmail.com](mailto:malva.nabilla@gmail.com)

## ABSTRAK

Menurut survey Top Brand Award, dalam 5 tahun terakhir Chatime menduduki peringkat pertama pada kategori Top Brand Bubble Drink for Gen-Z. Untuk mempertahankan posisinya, Chatime harus dapat memposisikan diri dalam benak pelanggan dan meningkatkan cakupan *market share* melalui *customer loyalty*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service quality* dan *brand image* terhadap *customer loyalty* melalui *customer relationship* pada pelanggan Chatime di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data diperoleh dengan pendekatan kuantitatif melalui kuesioner menggunakan *google form* sebagai media pengumpulan data, dengan jumlah responden sebanyak 125 pelanggan Chatime di Daerah Istimewa Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Chatime di Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *convenience sampling*. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif dengan metode *Partial Least Square (PLS)* yang diolah melalui *software SmartPLS*. Hasil penelitian membuktikan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* Chatime di Daerah Istimewa Yogyakarta, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* Chatime di Daerah Istimewa Yogyakarta, *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer relationship* Chatime di Daerah Istimewa Yogyakarta, *customer relationship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* Chatime di Daerah Istimewa Yogyakarta, dan *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer relationship* Chatime di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata kunci : *Service Quality*, *Brand Image*, *Customer Loyalty*, dan *Customer Relationship*

