

AISSA FARAH DZULHIJJA. 2023. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Produk *Hampers* terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Dekayu Indonesia di Yogyakarta. Dibimbing oleh: Ni Made Suyastiri Yani Permai

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan (1) mendeskripsikan citra merek, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. (2) menganalisis pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk *hampers* pada CV. Dekayu Indonesia di Yogyakarta. Metode yang dilakukan ialah deskriptif. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive, yaitu 40 pelanggan Dekayu. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Sumber data didapat dari wawancara, observasi, kuisioner, studi pustaka dan dokumentasi. Uji coba instrument dilakukan dengan uji validitas, uji reabilitas. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) citra merek pada CV. Dekayu Indonesia termasuk dalam kategori baik dengan indikator tertinggi identitas merek serta sikap dan perilaku merek. Kualitas pelayanan pada CV. Dekayu Indonesia termasuk dalam kategori baik dengan indikator tertinggi ialah keandalan. Kepuasan pelanggan pada CV. Dekayu Indonesia termasuk dalam kategori baik dengan indikator tertinggi tepat waktu dan aksesibilitas. Loyalitas pelanggan pada CV. Dekayu Indonesia termasuk dalam kategori sedang atau cukup dengan indikator tertinggi retention atau tidak terpengaruh dengan merek lain, (2) Citra merek, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Dekayu Indonesia.

Kata Kunci: Citra merek, Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan, Loyalitas pelanggan

AISSA FARAH DZULHIJJA. 2023. The Influence of Brand Image, Service Quality, and Customer Satisfaction of Hampers Products on Customer Loyalty at CV. Dekayu Indonesia in Yogyakarta. Supervised by: Ni Made Suyastiri Yani Permai

ABSTRACT

This research aims to (1) describe brand image, service quality, customer satisfaction, and customer loyalty, (2) analyze the effect of brand image, service quality, and customer satisfaction on customer loyalty hampers products at CV. Dekayu Indonesia in Yogyakarta. The method used is descriptive. Sampling using a purposive technique, 40 customers Dekayu. The data used are primary and secondary data. Sources of data obtained from interviews, observations, questionnaires, literature and documentation. Testing the instrument was carried out by testing the validity and reliability tests. Data analysis was performed using descriptive analysis, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The results showed that (1) the brand image on CV. Dekayu Indonesia is included in the good category with the highest indicators of brand identity and brand attitudes and behavior. Quality of service at CV. Dekayu Indonesia is included in the good category with the highest indicator being reliability. Customer satisfaction on CV. Dekayu Indonesia is included in the good category with the highest indicators of timeliness and accessibility. Customer loyalty to CV. Dekayu Indonesia is included in the medium or sufficient category with the highest retention indicator or is not affected by other brands, (2) Brand image, service quality, and customer satisfaction affect customer loyalty at CV. Dekayu Indonesia.

Keywords: Brand image, Service quality, Customer satisfaction, Customer loyalty