

## **ABSTRAKSI**

DESTIAN ANGGA PRASETIA. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas yang Dimediasi oleh Citra, Kepuasan, dan Reputasi Merek. (Dibimbing oleh Surpiko Hapsoro D. SE, M,Si. Dan Dra Tri Mardiana, M,Si.).

Bagi kalangan usaha, untuk dapat bertahan dalam situasi pasar yang sangat kompetitif dan dinamis seperti sekarang ini perlu setiap saat mencermati perubahan yang terjadi akibat gejolak pasar. Dalam fenomena persaingan yang semakin ketat, konsumen mempunyai alternative pilihan atas keputusan pembelian yang semakin banyak. Konsumen akan mudah beralih ke produk lainnya jika produk yang diproduksi oleh suatu perusahaan tidak mampu lagi memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Disini loyalitas konsumen terhadap suatu Perusahaan sangatlah penting.

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Pelayanan, Citra, Reputasi Merek dan Kepuasan Konsumen berpengaruh secara bersama-sama terhadap Loyalitas Konsumen pada Perusahaan Rumah Warna. (2) Untuk mengetahui dan menganalisis Pelayanan, Citra, Reputasi Merek dan Kepuasan dan Kepuasan Konsumen berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen pada Perusahaan Rumah Warna.

Penelitian dilakukan pada Perusahaan Rumah Warna Yogyakarta yang berlokasi di Jl. Kemuning 17 Sawit Sari Condong Catur Jogjakarta Telp : 0274-884816, Sleman Yogyakarta. Pengambilan data dilakukan mulai bulan Juni 2013 hingga bulan Juli 2013. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengolahan dan analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif menggunakan regresi linier berganda.

Hasil dari analisis SEM Hasil uji ditemukan bahwa ada beberapa variabel yg signifikan dan tidak. Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan, Kepuasan terhadap Citra, Kepuasan terhadap Reputasi Merek, Reputasi Merek terhadap Loyalitas, Citra terhadap Loyalitas merupakan variabel yang signifikan, dengan nilai C.R >1,96 maka  $H_0$  ditolak dengan taraf sig 5% dan variabel yang tidak signifikan kualitas Pelayana terhadap Reputasi merek dengan nilai C.R <1,96 maka  $H_0$  ditolak dengan taraf sig 5%

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Citra, Kepuasan Konsumen, Reputasi Merek dan Loyalitas konsumen, SEM