

Skripsi Sarjana
Program Studi Manajemen
Semester Ganjil 2020/2021

**ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *CORPORATE IMAGE*,
PERCEIVED VALUE TERHADAP *BRAND LOYALTY* TOYOTA
DI KOTA BATAM YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER*
*SATISFACTION***

NPM : 1341083
Novela Fauliani Siwy

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan yang terjadi pada *service quality*, *corporate image* dan *perceived value* terhadap *brand loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai mediasi antar *variable*. *Variable independent* dalam penelitian ini adalah *service quality*, *corporate image*, dan *perceived value* variabel mediasi adalah *customer satisfaction* dan *variable dependent* adalah *brand loyalty*.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode purposive *Sampling* dengan menyebarkan 250 set kuesioner kepada konsumen kota Batam yang membeli mobil Toyota di kota Batam. Kuesioner berisikan 25 pertanyaan yang mewakili variabel yang terkait dan peneliti melakukan pengolahan data menggunakan *PLS* versi 3,0.

Hasil penelitian ini adalah *service quality* terhadap *brand loyalty* memiliki pengaruh yang signifikan, *corporate image* terhadap *brand loyalty* memiliki pengaruh signifikan, *perceived value* terhadap *brand loyalty* memiliki pengaruh yang signifikan, *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty* dimediasi oleh *customer satisfaction*, *corporate image* signifikan terhadap *brand loyalty* yang dimediasi oleh *customer satisfaction*. *Perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty* dimediasi oleh *customer satisfaction* .

Kata kunci : *Service Quality* , *Corporate Image*, *Perceived Value*, *Customer Satisfac`Ition*, *Brand Loyalty*.