

**Kualitas Pelayanan, Brand Image dan Store Atmosphere sebagai
Diterminasi Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen
sebagai Intervening (Studi Kasus pada Distro Black Family di Kudus)**

RYAN PRASETYO AJI

(Pembimbing : Dr. Amron, SE, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201202695@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, brand image, store atmosphere terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai intervening. Populasi penelitian ini adalah konsumen Distro Black Family, Jl. Pramuka No. 41 A, Kudus, Jawa Tengah. Sampel yang diambil 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Jenis dan sumber datanya data primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur. Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1). Kepuasan konsumen menjadi faktor yang memediasi hubungan antara brand image terhadap loyalitas konsumen 2). Store atmosphere menjadi faktor terkuat yang mempengaruhi loyalitas konsumen 3). Kualitas pelayanan menjadi faktor lebih lemah dalam mempengaruhi loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Brand Image, Store Atmosphere, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen

**Service Quality, Brand Image and Store Atmosphere as Terminated
Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening
(Case Study at Distro Black Family in Kudus)**

RYAN PRASETYO AJI

(Lecturer : Dr. Amron, SE, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &
Business, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 211201202695@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the influence of service quality, brand image, store atmosphere on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening. This population is Distro Black Family Consumer, Jl. Pramuka No. 41 A, Kudus Central Java. Sampel taken 100 respondents. Sample technique used purposive sampling. Data type and source is primary data. Data collecting methode used questionnaire. Analysis technique that used is path analysis. The results show that: 1). Customer satisfaction becomes factor that mediation in relation between brand image on customer loyalty. 2). Store atmosphere becomes the strongest factor that influence customer loyalty. 3). Service quality becomes the weakest factor that influence customer loyalty.

Keyword : Service Quality, Brand Image, Store Atmosphere, Customer Satisfaction and Customer Loyalty