

ABSTRAK

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “ Pengaruh Brand Service Quality Pada Brand Loyalty: Brand Satisfaction, Brand Trust, Dan Brand Preference Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Servis Resmi Toyota, Honda, Dan Mitsubishi Di Kota Bandung)”

Populasi yang digunakan yaitu konsumen yang menggunakan jasa servis *Authorized service* (Dealer Resmi) pada *Brand* Toyota, Honda, dan Mitsubishi. Sampel dalam penelitian ini adalah Konsumen yang menggunakan jasa *Authorized Service* (Dealer Resmi) Toyota, Honda, dan Mitsubishi. Teknik Sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 251 orang. skala yang digunakan adalah skala Likert Interval. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan Survei dengan kuesioner

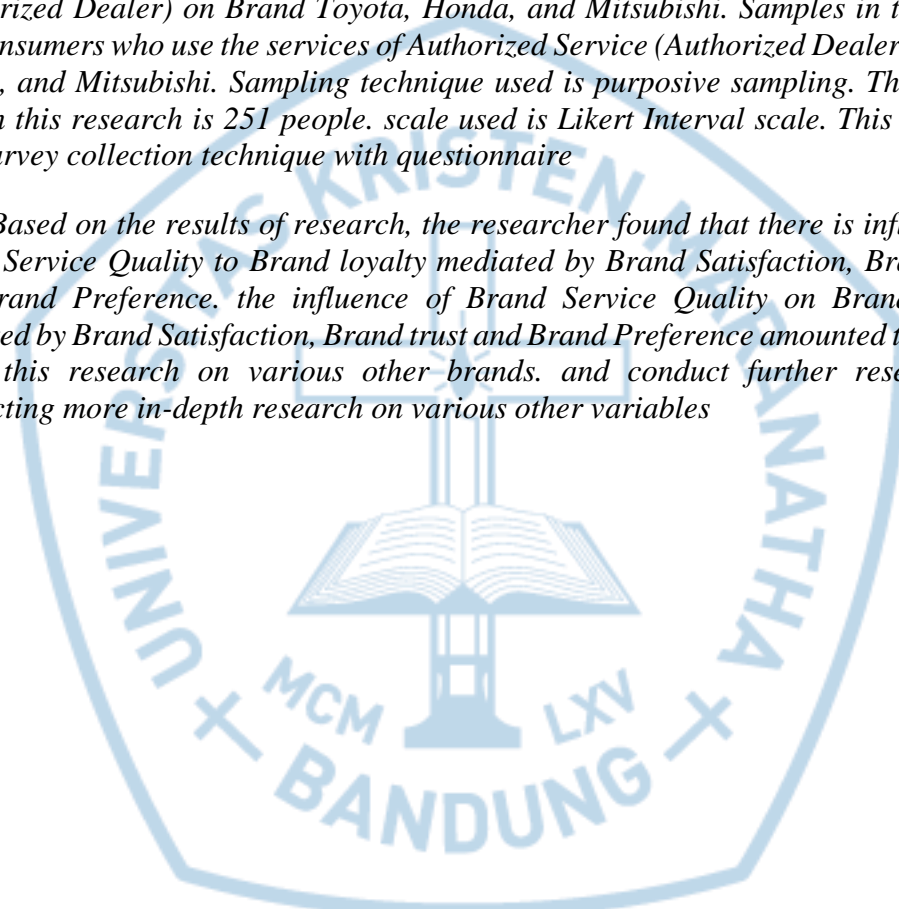
Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa terdapat pengaruh Brand Service Quality terhadap Brand loyalty yang dimediasi oleh Brand Satisfaction, Brand trust dan Brand Preference. pengaruh Brand Service Quality terhadap Brand loyalty yang dimediasi oleh Brand Satisfaction, Brand trust dan Brand Preference adalah sebesar 27.8%.melakukan penelitian ini pada berbagai brand lainnya. dan melakukan penelitian lebih lanjut dengan melakukan penelitian yang lebih mendalam pada berbagai variabel lainnya

ABSTRACT

Researcher are interested in conducting research on "The Influence of Brand Service Quality in Brand Loyalty with Brand Satisfaction, Brand Trust, and Brand Preference as Mediation Variables (Study on Consumer Service Toyota, Honda, and Mitsubishi In Maranatha Christian University, Bandung City).

The population used is the consumers who use the services Authorized service (Authorized Dealer) on Brand Toyota, Honda, and Mitsubishi. Samples in this study are Consumers who use the services of Authorized Service (Authorized Dealer) Toyota, Honda, and Mitsubishi. Sampling technique used is purposive sampling. The sample used in this research is 251 people. scale used is Likert Interval scale. This research uses survey collection technique with questionnaire

Based on the results of research, the researcher found that there is influence of Brand Service Quality to Brand loyalty mediated by Brand Satisfaction, Brand trust and Brand Preference. the influence of Brand Service Quality on Brand loyalty mediated by Brand Satisfaction, Brand trust and Brand Preference amounted to 27.8%. doing this research on various other brands. and conduct further research by conducting more in-depth research on various other variables



DAFTAR ISI

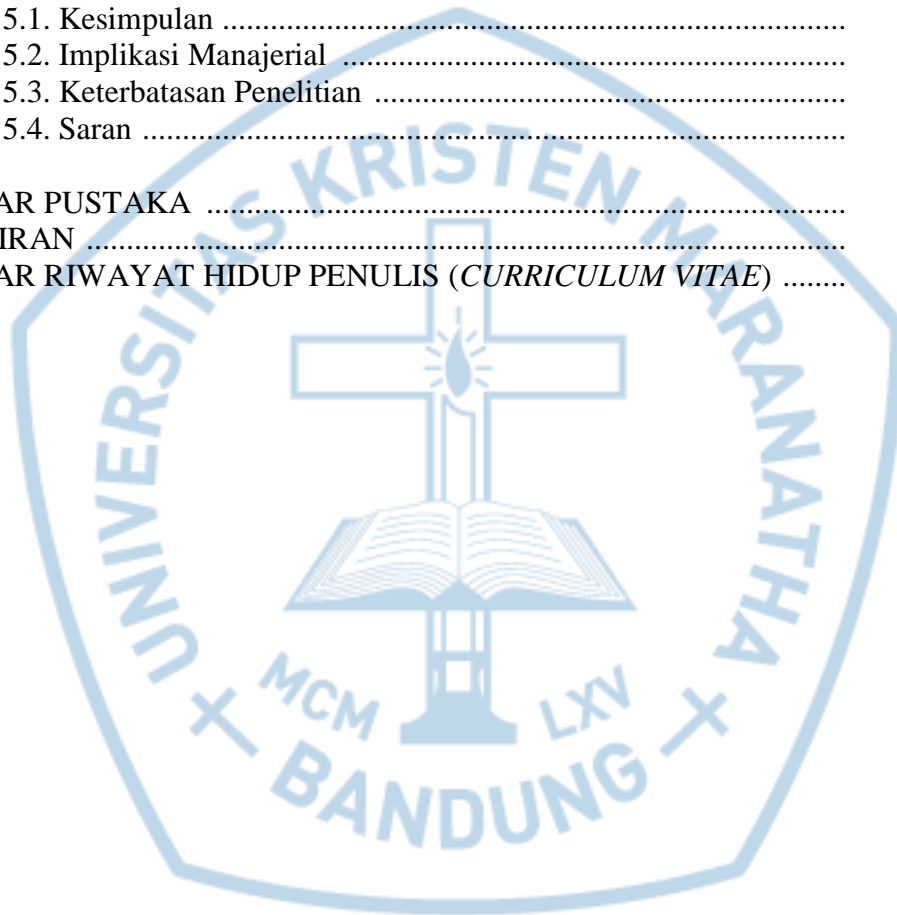
	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Kegunaan Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Tinjauan Teori	11
2.1.1. Pemasaran.....	11
2.1.2. Manajemen Pemasaran	13
2.1.3. Bauran Pemasaran Jasa	13
2.1.4. Produk	14
2.1.5. Brand	15
2.1.6. Brand Service Quality	17
2.1.7. Brand Satisfaction	15
2.1.8. Brand Trust.....	20
2.1.9. Brand Preference	21
2.1.10. Brand Loyalty.....	21
2.2. Kerangka Teoretis	27
2.3. Kerangka Pemikiran.....	28
2.4. Pengembangan Hipotesis	29
2.5. Model Penelitian	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	39
3.2. Populasi Sampel, Metode Pengambilan Sampel, Dan Ukuran Sampel	40
3.3. Definisi Operasional Variabel	42
3.4. Teknik Pengumpulan Data	47

3.5. Teknik Analisis Data	48
3.5.1. Uji Instrumen.....	48
3.5.1.1. Uji Validitas.....	48
3.5.1.2. Uji Reliabilitas	51
3.5.2. Uji Asumsi Klasik	53
3.5.2.1. Uji Normalitas.....	53
3.5.2.2. Uji Multikolinearitas.....	54
3.5.2.3. Uji Heteroskedastisitas	56
3.5.3. Uji Statistik.....	58
3.5.3.1. Uji Regresi Mediasi	58

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	59
4.1.1. Kriteria Responden.....	59
4.1.2. Hasil Penelitian	61
4.1.2.1. Pengujian Hipotesis 1: Brand Service Quality Berpengaruh Pada Brand Satisfaction.....	61
4.1.2.2. Pengujian Hipotesis 2: Brand Service Quality berpengaruh pada Brand Trust	62
4.1.2.3. Pengujian Hipotesis 3: Brand Satisfaction pada Brand Trust	63
4.1.2.4. Pengujian Hipotesis 4: Brand Satisfaction pada Brand Preference	64
4.1.2.5. Pengujian Hipotesis 5: Brand Trust pada Brand Preference.....	65
4.1.2.6. Pengujian Hipotesis 6: Brand Preference pada Brand Loyalty	66
4.1.2.7. Pengujian Hipotesis 7: Brand Service Quality pada Brand Preference yang Dimediasi oleh Brand Satisfaction	67
4.1.2.8. Pengujian Hipotesis 8: Brand Service Quality pada Brand Preference yang Dimediasi oleh Brand Trust.....	68
4.1.2.9. Pengujian Hipotesis 9: Brand Service Quality pada Brand Trust yang Dimediasi oleh Brand Satisfaction.....	70
4.1.2.10. Pengujian Hipotesis 10: Brand Service Quality pada Brand Loyalty yang Dimediasi oleh Brand Satisfaction dan Brand Preference	71
4.1.2.11. Pengujian Hipotesis 11: Brand Service Quality Pada Brand Loyalty yang Dimediasi oleh Brand Trust dan Brand Preference.....	73
4.1.2.12. Pengujian Hipotesis 12: Brand Service Quality pada Brand Preference yang Dimediasi oleh Brand Satisfaction dan Brand Trust	74

4.1.2.13. Pengujian Hipotesis 13: Brand Service Quality pada Brand Loyalty yang Dimediasi oleh Brand Satisfaction, Brand Trust, dan Brand Preference.....	76
4.1.2.14. Ringkasan Hasil Penelitian	78
4.2. Pembahasan	79
4.3. Perbandingan Dengan Hasil Riset Empiris	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	88
5.2. Implikasi Manajerial	89
5.3. Keterbatasan Penelitian	89
5.4. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	97
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	110



DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Teoritis	27
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	28
Gambar 2.3	Model Penelitian	37
Gambar 4.1	Ringkasan Hasil Penelitian	78



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Kerangka Teoritis	27
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 3.2	Pemberian Kode Untuk Jawaban Pertanyaan Tertutup ..	48
Tabel 3.3	Uji Validitas.....	50
Tabel 3.4	Skor Reliabilitas.....	52
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 3.6	Hasil Pengujian Normalitas	54
Tabel 3.7	Hasil Pengujian Multikolinearitas	55
Tabel 3.8	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	57
Tabel 4.1	Brand Mobil Yang Anada Gunakan Saat Ini	59
Tabel 4.2	Apakah Anda Pernah Melakukan Servis Mobil Di Dealer Resmi (Authorized Dealer).....	60
Tabel 4.3	Dealer Resmi Yang Anda Gunakan Saat Ini	60
Tabel 4.4	Uji Hipotesis 1	62
Tabel 4.5	Uji Hipotesis 2	63
Tabel 4.6	Uji Hipotesis 3	64
Tabel 4.7	Uji Hipotesis 4	65
Tabel 4.8	Uji Hipotesis 5	66
Tabel 4.9	Uji Hipotesis 6	67
Tabel 4.10	Uji Hipotesis 7	68
Tabel 4.11	Uji Hipotesis 8	69
Tabel 4.12	Uji Hipotesis 9	71
Tabel 4.13	Uji Hipotesis 10	72
Tabel 4.14	Uji Hipotesis 11	74
Tabel 4.15	Uji Hipotesis 12	75
Tabel 4.16	Uji Hipotesis 13	77
Tabel 4.17	Perbandingan Hasil Riset Empiris	84

DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran A	Kuisisioner	97
Lampiran B	Uji Reliabilitas dan Validitas	100
Lampiran C	Uji Normalitas, Multikolinearitas, dan Heteroskedastisitas	103
Lampiran D	Profil Responden	106
Lampiran E	Uji Hipotesis	107

