

ABSTRACT

The Effect of Service Quality and Brand Image through Brand Trust as a Mediating Variable on Costumer Loyalty (Case of user LinkAja E-Wallet Application)

By:

Alya Syaroyil Fitri Khoirunnisa

183402153

Under the guidance of:

Mochammad Soleh Soeaidy

Andina Eka Mandasari

The purpose of this study was to find out how service quality and brand image affects customer loyalty mediated by brand trust. This study used a survey method with a questionnaire given to 255 respondents who were LinkAja e-wallet application customers who had used LinkAja application more than three month and were over 18 years old. A purposive sampling technique was used in selecting respondents. The analysis tool used is Structural Equation Modeling (SEM). The results of the analysis show that service quality affects brand trust. Then brand image can affect brand trust. And also the results of the analysis show that brand trust has an effect on customer loyalty.

Keywords: Service quality, Brand image, Brand trust, Customer loyalty.

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK MELALUI KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Kasus Pada Pengguna Aplikasi *E-Wallet LinkAja*)

Oleh:

Alya Syaroyil Fitri Khoirunnisa

183402153

Dibawah Bimbingan:

Mochammad Soleh Soeaidy

Andina Eka Mandasari

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan citra merek mempengaruhi loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepercayaan merek. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan angket yang diberikan kepada 255 responden yang merupakan pengguna aplikasi *e-wallet* LinkAja yang telah menggunakan aplikasi lebih dari tiga bulan dan berusia di atas 18 tahun. Teknik *purposive sampling* digunakan dalam pemilihan responden. Alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepercayaan merek. Kemudian citra merek dapat mempengaruhi kepercayaan merek. Dan juga hasil analisis menunjukkan bahwa kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, Citra Merek, Kepercayaan merek, Loyalitas pelanggan