

## ABSTRAK

“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* terhadap Loyalitas Konsumen Screamous Clothing di Bandung”, Program Studi Manajemen S1, Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Widyatama, Bandung, dibawah bimbingan Bapak Zulganef, Dr., Drs., M.M. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan konsumen atas kualitas pelayanan dan *brand image* terhadap loyalitas konsumen Screamous Clothing di Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *explanatory*. Alasan menggunakan metode ini adalah untuk menjelaskan hubungan antara ketiga variabel.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 120 responden. Definisi pemasaran menurut Kotler dan Kelller (2009:38) adalah pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi gagasan, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *explanatory*. Metode *explanatory* yaitu penelitian yang bertujuan menelaah kausalitas antar variabel yang menjelaskan suatu fenomena tertentu (Zulganef 2008:11). Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan (Lovelock dalam Tjiptono 2004: 59) Pengertian *brand image* menurut Keller (Ferrindadewi, 2009:165) : “*Brand image* adalah persepsi tentang *brand* yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada *brand* tersebut.” Definisi loyalitas menurut Griffin (2007:274) adalah perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian nonrandom yang diungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan Screamous merupakan perusahaan *retail* pakaian yang resmi dimulai pada 29 Mei 2004 dengan harapan besar untuk memberikan pilihan yang luar biasa dalam industri *fashion*. Komplain meningkat penjualan juga meningkat hal ini menunjukkan kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas. Hal ini sesuai dengan penelitian Welch dalam Gunawan (2011:32) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan jaminan terbaik untuk menciptakan dan mempertahankan kesetiaan konsumen dan benteng pertahanan dalam menghadapi persaingan global.

Berdasarkan hasil penelitian tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan Screamous Clothing memiliki nilai rata-rata 3,75 (baik). Tanggapan konsumen mengenai *brand image* Screamous Clothing memiliki nilai rata-rata 3,76 (baik). Dikatakan baik karena semua hasil tiap variabel berada pada interval 3,40-4,19. Tanggapan konsumen mengenai loyalitas konsumen Screamous Clothing memiliki nilai rata-rata 3,80 (baik). Dikatakan baik karena nilai rata-rata berada pada interval 3,40-4,19. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, dimana uji-t diperoleh 2,249. *Brand image* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, dimana uji t diperoleh 8,424. Teknik Pengumpulan data uadipergunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan metode observasi. Maka H1 menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Screamous Clothing dapat diterima dengan pertimbangan  $t_{hitung} = 2.249 > t_{tabel} = 1,65259$  dan signifikan dengan  $p < 0,05$ . H2 menyatakan ada pengaruh yang signifikan antara *brand image* terhadap loyalitas konsumen Screamous Clothing dapat diterima dengan pertimbangan  $t_{hitung} = 8.424 > t_{tabel} = 1,65259$  dan signifikan dengan  $p < 0,05$ .

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Loyalitas Konsumen.

## **ABSTRACT**

"Influence of Service Quality and Brand Image on Customer Loyalty Screamous Clothing in Bandung", S1 Management Studies Program, Faculty of Business and Management, University of Widyatama, Bandung, under the guidance of Mr. Zulganef, Dr., Drs., M.M. This study aims to determine consumer responses to the service quality and brand image on consumer loyalty Screamous Clothing in Bandung. The method used is the method explanatory. The reason this method, is to explain the relationship between these three variables.

The population used in this study was 120 respondents. Definition of marketing and Kelller according to Kotler (2009: 38) is the marketing is the process of planning and executing the conception, pricing, promotion, and distribution of ideas, goods, and services to create exchanges that satisfy individual and organizational goals. In this study, the authors use the method explanatory. Methods explanatory research that examined the causality between variables that describe a particular phenomenon (Zulganef 2008: 11). Quality of service is an expected level of excellence and control over the level of excellence to meet customer expectations (Lovelock Tjiptono 2004: 59) Definition of brand image according to Keller (Ferrindadewi, 2009: 165): "Brand image is the perception of the brand is a reflection of the memory of consumers will the association on the brand. "the definition of loyalty according to Griffin (2007: 274) is the buying behavior that is defined as the purchase of nonrandom disclosed from time to time by some decision-making unit Screamous a retail company clothing which officially began on May 29, 2004 with great expectations to provide an outstanding choice in the fashion industry. Complaints increased sales also increased, this shows no effect of satisfaction on loyalty. This is consistent with research in Gunawan Welch (2011: 32) states that the quality of service is the best guarantee for creating and maintaining customer loyalty and a bulwark in the face of global competition.

Based on our research of consumer feedback on service quality Screamous Clothing has an average value of 3.75 (good). Consumer feedback regarding brand image Screamous Clothing has an average value of 3.76 (good). Said to be good because of all the results of each variable is in the interval from 3.40 to 4.19. Consumer feedback regarding consumer loyalty Screamous Clothing has an average value of 3.80 (good). Said to be good for the average value is in the interval from 3.40 to 4.19. Quality of care significantly influence consumer loyalty, which was obtained 2.249 t-test. Brand image significantly influence kosumen loyalty, which gained 8,424 t test. Uadipergunakan Data collection techniques in this study was a questionnaire and observation method. H1menyatakan then there is significant influence between service quality on customer loyalty Screamous Clothing acceptable in consideration of  $t = 2,249 > t \text{ table} = 1.65259$  and significant with  $p < 0.05$ . H2 stated there is significant influence between the brand image on consumer loyalty Screamous Clothing acceptable in consideration of  $t = 8424 > \text{table} = 1.65259$  and significant with  $p < 0.05$ .

Keywords: Service Quality, Brand, Consumer Loyalty.