

ABSTRAK

Fransiska Veronita Panjaitan NIM: 7203550006, Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Aplikasi Grab (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Negeri Medan)

Skripsi Jurusan Manajemen Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan 2024. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Aplikasi Grab. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis linear berganda dan data tersebut dianalisis menggunakan program SPSS 25.

Hasil analisis dapat diketahui bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel *Brand Image* (X1) dan Variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Variabel Loyalitas Konsumen (Y) pada Aplikasi Grab. Sampel pada penelitian ini berjumlah 149 Mahasiswa Manajemen stambuk 2020. Pengujian ini dilakukan menggunakan *software Statistical Product and Service Solution* (SPSS) version 25. Hasil uji F menunjukkan bahwa Variabel *Brand Image* (X1) dan Variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh yang signifikan secara simultan terhadap Variabel Loyalitas Konsumen (Y) dengan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05. Hasil Uji Koefisien Determinasi menunjukan besarnya pengaruh variabel X1, X2 terhadap Y ialah sebesar 40,9%. Sedangkan sisanya sebesar 0,591 atau 59,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian tersebut.

Kata Kunci: *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Konsumen, Grab

ABSTRACT

Fransiska Veronita Panjaitan NIM: 7203550006, The Influence of Brand Image and Service Quality on Consumer Loyalty on the Grab Application (Case Study on Management Students of Medan State University)

Thesis Management Department Digital Business Study Program Faculty of Economics Medan State University 2024. This study aims to determine the Influence of Brand Image and Service Quality on Consumer Loyalty on the Grab Application. This study uses a quantitative descriptive method using multiple linear analysis techniques and the data is analyzed using the SPSS 25 program.

The results of the analysis show that the results of this study indicate that the Brand Image Variable (X1) and the Service Quality Variable (X2) have a simultaneous effect on the Consumer Loyalty Variable (Y) on the Grab Application. The sample in this study amounted to 149 Management students of batch 2020. This test was conducted using Statistical Product and Service Solution (SPSS) software version 25. The results of the F test showed that the Brand Image Variable (X1) and the Service Quality Variable (X2) had a significant effect simultaneously on the Consumer Loyalty Variable (Y) with a significance value obtained of 0.000 which is less than 0.05. The results of the determination coefficient test showed the magnitude of the influence of variables X1, X2 on Y, which was 40.9%. While the remaining 0.591 or 59.1% was influenced by other variables outside the study.

Keywords: Brand Image, Service Quality, Consumer Loyalty, Grab

THE
Character Building
UNIVERSITY