



No. Alumni Universitas:	GUSTIANI RIZKA	No. Alumni Fakultas:
a) Tempat/tanggal Lahir: Kototangah / 06 Agustus 1994 b) Nama Orang Tua: Masrur (alm) dan Sadisah Azra, S.Pd c) Fakultas:Ekonomi d) Jurusan: Manajemen e) No. BP: 1211322005 f) Tanggal Lulus: 26April 2016 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK:3,41 i) Lama Studi: 3 tahun 9 bulan j) Alamat Orang Tua: Kototangah Batu Hampar, Kecamatan Akabiluru, Kabupaten 50 Kota.		

Pengaruh *Service Quality*, *Perceived Quality*, *Brand Trust*, dan *Customer Satisfaction* terhadap *Brand Loyalty* pada Tegar *Collection* Payakumbuh

Skripsi oleh: Gustiani Rizka
Pembimbing 1: Asmi Abbas, SE., MM
Pembimbing 2: Jauharry, SE., MM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service quality*, *perceived quality*, *brand trust*, dan *customer satisfaction* terhadap *brand loyalty* pada konsumen Tegar *Collection* Payakumbuh. Sampel penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di toko Tegar *Collection* Payakumbuh. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 110 responden, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menyebar kuesioner. Pengolahan data penelitian ini menggunakan alat bantu SEM (*Structural Equation Models*) dengan program *SmartPLS version 2.0*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan variabel *service quality* berpengaruh positif terhadap *brand trust* dan variabel *perceived quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, disamping itu variabel *brand trust* dan *customer satisfaction* juga berpengaruh positif terhadap *brand loyalty*. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka penting bagi perusahaan untuk terus meningkatkan *service quality* kepada konsumen dalam membangun *brand trust*, begitu juga dengan *perceived quality* yang perlu terus dikembangkan agar merek dapat terus menghasilkan produk yang berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen dalam membentuk *customer satisfaction*. Oleh sebab itu dengan terus membangun *brand trust* dan menciptakan *customer satisfaction* akan menjadikan merek sebagai pilihan pertama konsumen dalam membeli produk, disamping itu kesetiaan konsumen terhadap merek akan semakin meningkat sehingga konsumen juga akan merekomendasikan merek kepada orang lain, maka kedua hal tersebut menjadi sarana yang penting bagi perusahaan dalam meningkatkan *brand loyalty*.

Kata kunci: *Service Quality*, *Perceived Quality*, *Brand Trust*, *Customer Satisfaction*, *Brand Loyalty*.

Skripsi ini telah dipertahankan didepan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal: 26 April 2016. Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1.	2.	3.	4.
Nama Terang	Asmi Abbas, SE., MM	Jauharry, SE., MM	Erizal N, SE., MM	Ranny Fitriana Faisal, BPM., MHRM

Mengetahui,
 Koordinator
 FEUA Kampus II Payakumbuh :

Lukman, SE., M.Si
NIP:196411231993031001

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas Andalas dan mendapatkan nomor alumnus

	Petugas Fakultas / Universitas	
No. Alumni Fakultas:	Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas:	Nama	Tanda Tangan