Abstrak

Hilly Annapurna (2011), "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan (*Corporate Image*) Terhadap Loyalitas Konsumen".
Dibawah Bimbingan Bapak Rizki Zulfikar, SE., M.Si

Kualitas pelayanan ditinjau dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*. Citra Perusahaan ditinjau dari *reputation, recognition, affinity, brand loyality*. Dan Loyalitas Konsumen ditinjau dari melakukan pembelian secara teratur, membeli diluar lini produk/jasa, merekomendasikan kepada orang lain, kebal terhadap produk pesaing. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan (*corporate image*) terhadap loyalitas konsumen Restoran Sari Rasa Sambel Hejo Jl. Natuna No.29 Bandung.

Menggunakan metode regresi linier berganda, korelasi pearson (*Product Moment* Pearson), Koefisien reliabilitas Spearman, Uji *MSI Methode Succesive Interval* , IPA (*Importance Performance Analysis*) dan pengujian hipotesis uji F dan uji T. Hasil penelitian menunjukan adanya pengaruh secara parsial yang memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen yakni variabel citra perusahaan dengan pengaruh yang tinggi serta kuat dengan besar pengaruh sebesar 54,1% dan variabel kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan pengaruh hanya 1,0%.

Secara simultan terdapat pengaruh tinggi serta kuat dan signifikan antara kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen dengan besar pengaruh sebesar 55,1% dan sisanya sebesar 54,9% merupakan variabel lain yang tidak diteliti

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan (*Corporate Image*), loyalitas Konsumen