

ABSTRAK

Pertumbuhan perekonomian di Indonesia pada tahun 2025 menunjukkan kenaikan yang positif dengan proyeksi pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) berkisar antara 5% hingga 5,3%. Auto2000 sangat bergantung pada konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan secara simultan dan parsial di Auto2000 Bandung Cabang Suci.

Penelitian ini Menggunakan metode kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif, Populasi dan sampel responden diambil dengan melalui Teknik probability sampling. Pada penelitian ini pengolahan data menggunakan SPSS versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan, berdasarkan analisis regresi sebesar 0,515 atau 51,7% dan uji t $4,912 > 1,66$. Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini menegaskan pentingnya meningkatkan kualitas layanan dan menguatkan citra perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan berdasarkan analisis regresi sebesar 0,382 atau 38,2%. dan uji t $4,912 > 1,66$. Secara Simultan Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Berpengaruh Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar $174.353 > 2,698$.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Indonesia's economic growth in 2025 shows positive growth, with projected Gross Domestic Product (GDP) growth ranging from 5% to 5.3%. Auto2000 is highly dependent on consumers.

This study aims to determine the effect of service quality and corporate image on customer loyalty simultaneously and partially at the Auto2000 Bandung Suci Branch.

This study used quantitative methods with descriptive and verification methods. The population and sample of respondents were selected using probability sampling techniques. Data processing used SPSS version 26.

The results of the study indicate that service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, based on a regression analysis of 0.515 or 51.7% and a t-test of $4.912 > 1.66$. Corporate image has a positive and significant effect on customer loyalty. This finding emphasizes the importance of improving service quality and strengthening corporate image to increase customer loyalty based on a regression analysis of 0.382 or 38.2%. and a t-test of $4.912 > 1.66$. Simultaneously, service quality and corporate image have a significant effect on customer loyalty of $174,353 > 2.698$.

Keywords : Service Quality, Corporate Image, Customer Loyalty