

RINGKASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh dari Servicescape, Self-Image Congruity, Brand Image dan Brand Loyalty di Dapoer Prambanan Restaurant Purwokerto. Structural Equational Model (SEM) digunakan dalam menguji hipotesis. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 120 orang yang sudah mengunjungi Dapoer Prambanan Restaurant Purwokerto. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa Servicescape, Self-Image Congruity dan brand image mempunyai pengaruh positif terhadap brand loyalty. Dari tujuh hipotesis yang di uji hanya satu yang ditolak yaitu pengaruh dari servicescape terhadap brand loyalty, hal tersebut berarti bahwa konsumen akan loyal terhadap suatu restaurant bukan dipengaruhi oleh servicescape tetapi ada faktor lain yang konsumen pertimbangkan seperti harga, waktu menunggu dan juga pelayanan yang diberikan oleh restaurant tersebut. hal ini bisa dijadikan masukan bagi management dari Dapoer Prambanan Restaurant untuk meningkatkan faktor – faktor tersebut seperti harga, pelayanan yang diberikan dan juga niat menunggu loyalitas dari konsumen.

Kata kunci : Servicescape, Self-Image Congruity, Brand Image dan Brand Loyalty.

SUMMARY

The purpose of this study was to analyze the effect of Servicescape, Self-image congruity, Brand Image and Brand Loyalty at Dapoer Prambanan Restaurant Purwokerto. Structural Equational Model (SEM) was used to test the research hypothesis. This research using a sample size of 120 people who visiting twice and have used the product or service in Dapoer Prambanan , Purwokerto. Finally, based on the analysis of the results, it can be concluded that servicescape and self-image congruity have a positive effect on brand loyalty. From seven hypothesis theres one hypothesis rejected it is the effect of servicescape to brand loyalty, it is has mean that the customer will loyal to the brand of restaurant considering the other factor such as a price, waiting motivation and also service that provide from that restaurant. It can be suggest to Dapoer Prambanan Restaurant to improve the other factor like, price, service provide and waiting time to increase the loyal of customer.

Keywords: Servicescape, Self-Image Congruity, Brand Image, Brand Loyalty.