**ABSTRAK**

Vernanzo Andrew / Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pizza Hut *Mall* *of Indonesia* / Pembimbing : Ir. Tumpal J.R.Sitinjak, M.M.

*Fast food* menjadi jenis makanan yang populer dan disukai banyak orang. Menjamurnya masakan luar negeri yang masuk ke Indonesia tentu tak lepas dari adanya pertukaran budaya termasuk dalam hal ini makanan. *Pizza* sendiri sudah menjadi salah satu makanan luar negeri yang sangat populer di Indonesia. *Pizza Hut* mengalami kenaikan pada *Top Brand Indeks* dari tahun 2015 ke tahun 2016, kemudian terus mengalami penurunan dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018. Walaupun *Top Brand Indeks*  yang dimiliki *Pizza Hut* tidak stabil tetapi *Pizza Hut* mampu menduduki peringkat pertama setiap tahunnya.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dari kualitas produk, kualitas layanan , kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Objek penelitian ini adalahPizza Hut Mall of Indonesia. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Pizza Hut, dimana teknik pengambilan sampel adalah *non-probability sampling* dengan menggunakan *judgemental sampling*, dengan ukuran sampel 150. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik komunikasi dimana akan disebarkan kuesioner melalui media *Google Form* kepada 150 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif menggunakan SPSS 20, uji validitas, uji reliabilitas, dan structural equation modeling menggunakan Lisrel 8.80.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas layanan mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas Produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas layanan terbukti berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan terbukti hanya dapat memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.