

## ABSTRAK

Penurunan penjualan yang tidak meningkat seiring kenaikan volume jumlah kendaraan di Indonesia. Angka penjualan yang menurun signifikan sehingga menuntut perusahaan harus tetap menjaga dan melakukan perubahan sehingga tercipta kualitas produk, citra merek, persepsi harga, terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa bagaimana pengaruh kualitas produk, citra merek dan persepsi harga, kepuasan terhadap loyalitas oleh pelanggan Wuerth Indonesia dipasar bisnis dengan konsep *Business-to-Business* (B2B).

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan kuesioner 145 responden untuk pelanggan wilayah Jakarta dan sekitarnya, data diolah dan dianalisa menggunakan *Structural Equation Model* (SEM)

Hasil penelitian SEM menunjukkan bahwa yang mempunyai pengaruh signifikan adalah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (8,41), kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (3,71), kualitas produk berpengaruh terhadap citra merek (7,08) sedangkan hasil penelitian yang menunjukkan tidak signifikan pada kepuasan pelanggan tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan (1,26), persepsi harga tidak mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan (0,14), citra merek tidak mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan (0,37). Dengan adanya rancangan perbaikan ini diharapkan PT Wuerth Indonesia dapat menaikkan volume penjualan sehingga dapat mempertahankan pelanggannya dan menaikkan jumlah pelanggan.

Kata Kunci:

Kualitas Produk; Citra Merek; Persepsi Harga; Kepuasan Pelanggan; Loyalitas Pelanggan

## ABSTRACT

Increase number of vehicle is not effect with increase sales volume. The effect of decrease sales figure significant demanding company to makes company have to maintain and changes in order to create product quality, brand image, price perception, customer satisfaction and customer loyalty.

This thesis discusses the impact of product quality, brand image, price perception, customer satisfaction to customer loyalty PT Wuerth Indonesia in the business market with the concept of Business-to-Business (B2B).

This study is a qualitative study using 145 samples using SEM (structural equation modeling).

The results of the reaserch shows that with the products quality affect customer satisfaction significantly (8,41), the product quality affect customer loyalty significantly (3,71), also the product quality affect brand image significantly (7,08), but research results showed insignificant customer satisfaction on customer loyalty (1,26), price perception insignificant to customer loyalty (0,14), also brand image insignificant to customer loyalty (0,37).

With all these improvement strategies, PT Wuerth Indonesia is expected to improve their sales figure and can keep their customers and increase number of customer.

Keywords: Product Quality; Brand Image; Price Perception; Customer Satisfaction; Customer Loyalty