

## ABSTRAKSI

Muhamad.Lazuardy (2005-11-121) “*Pengaruh nilai pelanggan sebagai variabel mediasi antara citra merek dan loyalitas terhadap jam tangan Casio*”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh nilai pelanggan antara citra merek dan loyalitas pelanggan

Variabel yang saya gunakan ialah Citra merek, Nilai pelanggan, Loyalitas pelanggan, Populasi dalam penelitian ini mahasiswa/I Universitas Esa Unggul, Tempat penelitian dilaksanakan di Universitas Esa Unggul.

Metode sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling*, yaitu tiap mahasiswa yang memenuhi kriteria populasi tetapi tidak semua populasi memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel, Pemilihan unit sampel didasarkan pada pertimbangan atau penilaian subyektif dan tidak pada penggunaan teori probabilitas. Metode *Non probability sampling* yang digunakan adalah *convenience sampling*

Penelitian ini menggunakan program SEM (structural equation modeling), dengan perangkat lunak Lisrel 8.51, Analisis statistik ini digunakan untuk mengestimasi beberapa regresi yang terpisah tapi saling berhubungan secara bersamaan (*simultaneously*), Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa variabel yang mempengaruhi Citra merek signifikan dengan Nilai pelanggan dan Nilai pelanggan signifikan dengan Loyalitas dan Citra merek signifikan dengan Loyalitas.