

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Persepsi Harga dan Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan
Nama : Mirany
Program Studi : S-1 Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk : meneliti, menguji dan mengkaji pengaruh Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Pegipegi. Sampel penelitian ini sebesar 140 pelanggan Pegipegi. Data dikumpulkan langsung dari responden dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner dan teknik analisis data menggunakan *analysis path*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa, (1) persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (2) kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (3) kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (4) persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (5) kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Persepsi Harga, Kemudahan Penggunaan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Title : *Effect of Price Perception and Ease of Use on Customer Loyalty through Customer Satisfaction*
Name : Mirany
Study program : S-1 Management

This study aims to: examine, test and assess the effect of Customer Loyalty. This research was conducted on Pegipegi customers. The research sample of 140 Pegipegi customers. Data were collected directly from respondents using a research instrument in the form of a questionnaire and data analysis techniques using path analysis. The results of this study prove that, (1) price perception has a positive and significant effect on customer loyalty, (2) ease of use has a positive and significant effect on customer loyalty, (3) customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty, (4) price perception positive and significant effect on customer satisfaction, (5) ease of use positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *Price Perception, Ease of Use, Customer Loyalty, Customer satisfaction*