

Abstrak

Judul : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui *Brand Image* (Studi Kasus Pada Pengguna IM3 Ooredoo di Lingkungan Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat)

Nama : Lutfi Hardiyanto

Nim : 201511036

Pembimbing : Eka Bertuah

Program Studi : S1-Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui *Brand Image* pada Pengguna IM3 Ooredoo. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 125 Responden. Responden dalam penelitian ini adalah orang yang menggunakan kartu IM3 Ooredoo. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Variabel independen terdiri atas Persepsi Harga dan Kualitas Layanan, variabel dependen terdiri atas Loyalitas Pelanggan, Variabel intervening terdiri dari *Brand Image*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Harga dan Loyalitas Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Image*. Persepsi Harga dan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Persepsi Harga dan Kualitas Layanan memiliki nilai pengaruh langsung lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan, *Brand Image*

Abstract

Title : *The Effect of Price Perception, Service Quality on Customer Loyalty Through Brand Image (Case Study on IM3 Ooredoo Users in a Esa Unggul University Environment, West Jakarta)*

Name : *Lutfi Hardiyanto*

Nim : *2015-11-036*

Mentor : *Eka Bertuah*

Study program : *S1-Management*

This research is aimed at studying the effect of Price Perception, Service Quality on Customer Loyalty Through Brand Image in IM3 Ooredoo Users. The number of samples used in this study were 125 respondents. The response in this study are people whouse the IM3 Ooredoo Card. The analytical tool used in this studyis path analysis (path analysis).The independent variable consists of Price Perception and Service Quality, the dependent variable consists of Customer Loyalty, Intervening Variable consists of Brand Image.

The results of this study indicate that Price Perception and Service Quality a positive and significant effect on Brand Image. Price Perception and Service Quality have a positive and significant impact on Customer Loyalty. Price Perception and Service Quality have a greater influence value than indirect comparison.

Keywords: *Price Perception, Service Quality, Customer Loyalty, Brand Image*