

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas layanan, harga, dan citra merk terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan variabel independen kualitas layanan, harga, dan citra merk, sedangkan variabel dependennya adalah loyalitas pelanggan. Sampel penelitian ini adalah pelanggan yang datang ke gratari telkomsel surabaya dalam 3 bulan terakhir. Pengumpulan data dilakukan dengan metode non-probability sampling. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menitikberatkan kepada uji hipotesa dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Alat uji yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan software SPSS 16.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga, dan citra merk berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, berdasarkan hasil uji T yang menunjukkan ketiga variabel independen telah berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Dan dari hasil uji F, nilai Fhitung sebesar 71.096 > Ftabel sebesar 2.967, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. sehingga ketiga variabel independen juga berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Kata Kunci: Loyalitas Pelanggan, Kualitas Layanan, Harga, Citra Merk

ABSTRACT

This study aims to empirically examine the effect of service quality, price, and brand image on customer loyalty. This study uses the independent variables of service quality, price, and brand image, while the dependent variable is customer loyalty. The sample of this research is customers who came to Grapari Telkomsel Surabaya in the last 3 months. Data was collected by using non-probability sampling method. This research was conducted using a quantitative approach, namely research that focuses on hypothesis testing with statistical analysis tools and produces conclusions that can be generalized. The test tool used is multiple linear regression analysis technique with SPSS 16.0 software. The results of this study indicate that service quality, price, and brand image have a significant positive effect on customer loyalty, based on the results of the T test which shows the three independent variables have a partial effect on the dependent variable. And from the results of the F test, the value of Fcount is 71,096 > Ftable of 2,967, with a significance level of 0.000 <0.05. so that the three independent variables also have a simultaneous effect on the dependent variable.

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