

**Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen pada Jasa
Layanan Telkom IndiHome di Kota Semarang**

HERY WISMOYO

(Pembimbing : Dr. Amron, SE, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201202451@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel citra merek, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen pada jasa layanan telkom IndiHome di Kota Semarang. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan jumlah responden 200, yang dibagikan kepada pelanggan telkom IndiHome yang sudah berlangganan kurang lebihnya 1 tahun berlangganan telkom IndiHome. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah non probability sampling, dengan salah satu metodenya adalah purposive sampling. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa citra merek, harga, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Serta kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan variabel citra merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen telkom IndiHome.

Kata Kunci : Kata kunci : Citra merek, harga, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen

The Effect of Brand Image, Price and Service Quality on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction on Telkom IndiHome Services in Semarang City

HERY WISMOYO

(Lecturer : Dr. Amron, SE, MM)

Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 211201202451@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

ABSTRACT

This study aimed to analyze the variables of brand image, price, service quality on customer satisfaction and consumer loyalty on Telkom IndiHome services in Semarang city. The data Collecting in this study using questionnaires with the number of 200 respondents, which was distributed to customers who already subscription of Telkom IndiHome more or less 1 year subscription Telkom IndiHome. Sampling technique used non-probability sampling, with one of method there is purposive sampling. Data were analyzed by using Structural Equation Modeling (SEM). The result showed that the brand image, price, service quality have positive and significant effect on customer satisfaction. Also service quality and price have positive and significant effect on customer loyalty. While the brand image variable has positive and insignificant effect on customer loyalty Telkom IndiHome.

Keyword : Keywords: Brand image, price, service quality, customer satisfaction, and customer loyalty