

ABSTRAK

Nama : **Muhamad Gerald Widiyanto**
Program Studi : **Manajemen**
Judul : **Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan di Kabupaten Tangerang**
Pembimbing : **Ir. Katri Widayani, MT**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi harga, promosi penjualan, citra merek dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kopi Kenangan di Kabupaten Tangerang. Sampel yang digunakan berjumlah 113 responden dengan menggunakan angket *online*. Penelitian ini menggunakan metode regresi berganda dengan empat variabel independen dan 1 variabel dependen yaitu persepsi harga, promosi penjualan, citra merek dan kepuasan pelanggan sebagai variabel independen dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $t_{hitung} 2,498 > 1,982$ dengan nilai signifikansi $0,014 < 0,05$, promosi penjualan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $t_{hitung} 2,182 > 1,982$ dengan nilai signifikansi $0,031 < 0,05$, citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $t_{hitung} 2,138 > 1,982$ dengan nilai signifikansi $0,041 < 0,05$, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $t_{hitung} 2,246 > 1,982$ dengan nilai signifikansi $0,037 < 0,05$, dan persepsi harga, promosi penjualan, citra merek dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $f_{hitung} 35,873 > f_{tabel} 2,46$.

Kata kunci: persepsi harga, Kopi Kenangan, promosi penjualan, citra merek, kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine whether price perception, sales promotion, brand image and customer satisfaction affect customer loyalty Kopi Kenangan in Tangerang Regency. The sample used was 113 respondents using an online questionnaire. This study uses multiple regression method with four independent variables and 1 dependent variable, namely price perception, sales promotion, brand image and customer satisfaction as independent variables and customer loyalty as the dependent variable. From the results of this study indicate that price perception affects customer loyalty with the value of "t" $_{count}$ 2.498 > 1.982 with a significance value of 0.014 < 0.05, sales promotion affects customer loyalty with a value of "t" $_{count}$ 2.182 > 1.982 with a significance value of 0.031 < 0.05, brand image affects customer loyalty with a value of "t" $_{count}$ 2.138 > 1.982 with a significance value of 0.041 < 0.05, customer satisfaction affects customer loyalty with a value of "t" $_{count}$ 2.246 > 1.982 with a significance value of 0.037 < 0.05, and price perception, sales promotion, brand image and customer satisfaction simultaneously affect customer loyalty with a value of "f" $_{count}$ 35,873 > "f" $_{table}$ 2.46.

Keywords: *price perception, Kopi Kenangan, sales promotion, brand image, customer satisfaction.*