

ABSTRAC

Vivi Ayuningsih Rukilawati, Building Customer Loyalty Through Satisfaction Influenced By Price Perceptions And Brand Image (Study At UD. Belva Batik Written Madura). Under the guidance of Dr. Mohammad Arief, S.E., M.M, then continued under the guidance of Dr. Bambang Setiyo Pambudi, S.E., M.M. Bachelor of Management Study Program, Trunojoyo University, Madura.

This study aims to determine and analyze the effect of price, brand image and customer satisfaction as mediating variables on customer loyalty at UD. Belva Batik Written Madura. This research is categorized as survey research, where the research is a questionnaire. The population in this study were all consumers who had visited and purchased batik at UD. Madura Written Batik Bellva. Data collection was carried out in November. A sample of 97 respondents was determined by purposive sampling technique. Data analysis technique uses Partial Least Square (PLS). The results of the study found that: Price has a positive and significant effect on customer satisfaction. Brand image has a positive and significant effect on customer satisfaction. Customer satisfaction has no significant effect on customer loyalty because customers are already satisfied with what is currently available, so there is nothing to develop in this case. Price has a positive and significant effect on customer loyalty. Brand image has a positive and significant effect on customer loyalty. Price does not have a significant effect on loyalty through customer satisfaction because most of the respondents feel quite satisfied with the services that already exist at UD. Bellva Batik Tulis Madura, but the respondents still want price affordability to return to shopping at UD. Madura Written Batik Bellva. Brand image has no significant effect on customer loyalty through customer satisfaction because most of the respondents have felt quite satisfied with the existing services at UD. Bellva Batik Tulis Madura but the respondents still want to improve product quality to return to shopping at UD. Madura Written Batik Bellva.

Keywords: Price, Brand Image, Customer Satisfaction and Customer Loyalty

ABSTRAK

Vivi Ayuningsih Rukilawati, Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Yang Dipengaruhi Oleh Persepsi Harga Dan Citra Merek (Studi Pada UD. Belva Batik Tulis Madura). Dibawah bimbingan Dr. Mohammad Arief, S.E., M.M, kemudian berlanjut dibawah bimbingan Dr. Bambang Setiyo Pambudi, S.E., M.M. Program Studi S1 Manajemen, Universitas Trunojoyo Madura.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, citra merek dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi terhadap loyalitas pelanggan UD. Belva Batik Tulis Madura. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian survei, dimana penelitian ini berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian batik pada UD. Belva Batik Tulis Madura. Pengambilan data dilakukan pada bulan November. Sampel sebanyak 97 responden yang ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian menemukan bahwa : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena pelanggan sudah merasa puas dengan apa yang ada saat ini, jadi kasus ini tidak ada yang bisa dikembangkan lagi. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan karena sebagian besar responden sudah merasa cukup puas dengan pelayanan yang sudah ada di UD. Belva Batik Tulis Madura tetapi responden masih menginginkan keterjangkauan harga untuk kembali berbelanja di UD. Belva Batik Tulis Madura. Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan karena sebagian besar responden sudah merasa cukup puas dengan pelayanan yang sudah ada di UD. Belva Batik Tulis Madura tetapi responden masih menginginkan peningkatan kualitas produk untuk kembali berbelanja di UD. Belva Batik Tulis Madura.

Kata Kunci : Harga, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan