

ABSTRAK

Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Telepon Pintar Oppo di Wilayah Jabodetabek)

Arthur Calvin Muhammad Al Farouq¹⁾, Dr. Dede Suleman, S.E., M.M.,CMA²⁾

1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

2) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Telepon pintar kini menjadi suatu barang yang tidak terlepas dari kehidupan manusia. Perkembangan akan telepon pintar menjadi peluang bagi perusahaan penyedia telepon pintar untuk bersaing memasarkan produknya. Namun, dampak dari perusahaan saling bersaing adalah persaingan semakin ketat dan untuk mempertahankan consumer semakin sulit. Dalam ilmu Manajemen, untuk mempertahankan pelanggan dikenal dengan istilah Loyalitas pelanggan. Pada penelitian ini menggunakan salah satu perusahaan telepon pintar terbesar di Indonesia yaitu Oppo untuk diteliti loyalitas pelanggan yang berada di Jabodetabek. Selain itu, untuk mengukur loyalitas pelanggan, peneliti menggunakan variabel lain yaitu kepuasan pelanggan, kualitas produk dan citra merek yang didasarkan pada pengalaman mereka selama penggunaan produk. Penggunaan non probability sampling dan diolah menggunakan teknik analisis regresi berganda. Hasil dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan berpengaruh parsial dengan nilai nilai sig sebesar $,000 < 0,05$ dan memiliki t hitung sebesar $5,818 > 1,983$. Kualitas produk berpengaruh parsial dengan nilai $,028 < 0,05$ dan memiliki t hitung sebesar $2,228 > 1,983$. Citra merek tidak berpengaruh parsial dengan nilai sig sebesar $,334 > 0,05$ dan memiliki t hitung sebesar $,950 < 1,983$. Secara simultan nilai f hitung $42,269$ lebih besar dari f tabel $2,696$ dan sig $,000$ lebih kecil dari $0,05$.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan

