

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Brand Image, Product Quality, Price, and Personal Selling to Customer Loyalty PT Mulya Husada Jaya, through a Purchase Decision. This study uses 4 pieces of independent variables, namely Brand Image, Perceived Quality, Price, and Personal Selling, 1 piece of the dependent variable, namely Customer Loyalty, and 1 moderating variable, namely the buying decision.

There are primary data and secondary data used in this research. The primary data obtained from questionnaires, while secondary data obtained from journals, books and literature. Target respondents were users of either an ultrasound device that has or recommend GE ultrasound equipment, and already made a purchase more than 1 times. The number of samples taken from the total population, as many as 87 samples, of institutions Private Hospital, as well as private clinics. Data examined using descriptive analysis and statistical analysis, test validity, reliability, normality, heteroscedasticity, multicollinearity, F test, t test, and multiple linear regression analysis.

It was found that both Brand Image, Product Quality, Price, Personal Selling, and Purchasing Decisions significantly influence the Customer Loyalty. Researchers showed that the company needs to improve a good Brand Image, Product Quality is good, price is competitive, and Personal Selling strategies that satisfy the consumer, in order to increase sales and maintain existing customer loyalty, and increase research on medical equipment market in Indonesia, and trends, as well as many activities such as scientific meetings, symposium instructive with Key Opinion Leaders invited from abroad who have a good testimony on GE products.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Price, Personal Selling, Purchasing Decisions and Customer Loyalty

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan *Personal Selling* terhadap Loyalitas Pelanggan PT Mulya Husada Jaya, melalui Keputusan Pembelian. Penelitian ini menggunakan 4 buah variabel bebas, yaitu Citra Merek, Persepsi Kualitas, Harga, dan *Personal Selling*, 1 buah variabel terikat, yaitu Loyalitas Pelanggan, dan 1 buah variabel perantara, yaitu Keputusan Pembelian.

Terdapat data primer dan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini. Data primer didapatkan dari kuesioner, sedangkan data sekunder didapatkan dari jurnal, dan buku literatur. Target responden adalah pengguna alat USG baik yang memiliki maupun yang merekomendasikan alat USG GE, dan sudah melakukan pembelian lebih dari 1 kali. Jumlah sampel diambil dari total populasi, yaitu sebanyak 87 sampel, dari institusi Rumah Sakit Swasta, maupun Klinik Pribadi. Data diperiksa menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik, uji validitas, reliabilitas, normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, uji F, uji t, dan analisis regresi linear berganda.

Ditemukan bahwa baik Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, *Personal Selling*, dan Keputusan Pembelian secara signifikan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Peneliti menunjukkan bahwa perusahaan perlu meningkatkan Citra Merek yang baik, Kualitas Produk yang baik, Harga yang kompetitif, dan strategi *Personal Selling* yang memuaskan konsumen, agar dapat meningkatkan penjualan serta menjaga Loyalitas Pelanggan yang sudah ada, dan juga memperbanyak penelitian mengenai pasar alat kesehatan di Indonesia, dan trennya, serta banyak melakukan kegiatan seperti pertemuan ilmiah, symposium yang bersifat edukatif dengan mengundang *Key Opinion Leader* dari luar negeri yang memiliki testimoni yang baik atas produk GE.

Kata Kunci : *Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Personal Selling, Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan*