

ABSTRAK

Skripsi ini membahas tentang nilai yang dirasakan (Ekonomi Value dan non-Ekonomi Value) oleh pelanggan Tv Berlangganan pada masyarakat Petamburan, Jakarta Pusat, yang dapat mempengaruhi kepercayaan serta memberikan dampak loyalitas terhadap pengguna Tv Berlangganan. Data di peroleh dari hasil survey terhadap 250 responden petamburan yang telah menggunakan Tv berlangganan dengan karakteristik bermacam-macam merek Tv berlangganan. Teknik pengambilan sample yang di gunakan adalah survey explanatory, sedangkan alat analisis yang di gunakan adalah SEM AMOS 18.

Hasil pengujian hipotesis menunjuka terdapat pengaruh ekonomi value yang signifikan dari nilai –nilai yang dirasakan terhadap kepercayaan pelanggan. Yang selanjutnya berdampak pada loyalitas pelanggan Tv Berlangganan.untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada produk perusahaan yang mampu berikan dampak yang dirasakan seperti Ekonomi value dan non Ekonomi value, dengan lingkup penelitian pada kota besar yang lebih diperluas.

Kata Kunci : Nilai yang dirasakan pelanggan, Kepercayaan konsumen, dan loyalitas Konsumen.