

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh brand image, kualitas produk, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan Im3 Indosat Ooredoo di kelurahan Pluit Penjaringan Jakarta Utara. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna produk simcard Im3 Indosat Ooredoo di Kelurahan Pluit Penjaringan Jakarta Utara, yang jumlah populasinya tidak diketahui. Metode pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, data sekunder dikumpulkan melalui studi pustaka. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda, dengan pengujian menggunakan SPSS. Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa variabel brand image berpengaruh positif dan tidak signifikan, kualitas produk berpengaruh negative dan signifikan, harga berpengaruh positive dan signifikan, promosi berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan Im3 Indosat Ooredoo di Kelurahan Pluit Penjaringan Jakarta Utara. Uji koefisien determinasi (*adjusted R2*) yang diperoleh sebesar 0,201 hal ini berarti 20,1% loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Citra Merek, Kualitas Produk, harga dan Promosi sedangkan 79,9% loyalitas pelanggan dapat dijelaskan dari variabel lain selain keempat variabel tersebut.

Kata Kunci: Brand Image, Kualitas produk, Harga, Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan.



## ABSTRACT

*The purpose of this research is to know and analyze the influence of brand image, product quality, price and promotion to customer loyalty of Im3 Indosat Ooredoo in Kelurahan Pluit Penjaringan, North Jakarta. The population in this study is the user of Im3 Indosat Ooredoo simcard product in Kelurahan Pluit Penjaringan, North Jakarta, whose population is unknown. Sampling method using the Purposive Sampling with the number of samples of 100 respondents. Primary data were collected through questionnaires, secondary data were collected through literature study. Data analysis method used descriptive and quantitative analysis method with multiple linear regression analysis technique, using SPSS. The result of hypothesis test showed that the brand image variable had positive and insignificant effect, product quality had negative and significant effect, the price had positive and significant effect, the promotion had negative and insignificant effect on the loyalty of Im3 Indosat Ooredoo customer in Penjaringan Kelurahan North Jakarta. The determination coefficient test (adjusted R<sup>2</sup>) obtained by 0.201 means that 20.1% customer loyalty can be explained by Brand Image, Product Quality, Price and Promotion variables while 79.9% customer loyalty can be explained from other variables besides those four variables.*

*Keywords: Brand Image, Product Quality, Price, Promotion To Customer Loyalty.*

