

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image*, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap loyalitas konsumen pengguna Sepeda United dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Desain penelitian ini menggunakan desain penelitian kausal. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan atau yang mengetahui sepeda merek United di wilayah Cengkareng Jakarta Barat. Adapun jumlah sampel yang digunakan sebanyak 220 responden. Instrumen yang digunakan dengan kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: *Brand Image*, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen



ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of Brand Image, Product Quality, and Price Perception on Consumer Loyalty of United Bike Users with Consumer Satisfaction as a Mediation Variable. This research design uses a causal research design. The population in this study are all consumers who use or know United's brand bicycles in the Cengkareng area of West Jakarta. The number of samples used as many as 220 respondents. The instrument used is a questionnaire. Data analysis method using Partial Least Square (PLS). The results showed that Brand Image had a positive and significant effect on consumer satisfaction. Product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction. Price perception has a positive and significant effect on consumer satisfaction. Consumer satisfaction has a positive and significant effect on consumer loyalty. Brand Image has a positive and significant effect on consumer loyalty. Product quality has a positive and significant effect on consumer loyalty. Price Perception has a positive and significant effect on consumer satisfaction.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Price Perception, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA