

ABSTRAK

CITRA MEREK, NILAI PRODUK, PERSEPSI HARGA, IKLAN MEDIA SOSIAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Konsumen Mr. Geprek Kedai II Unila)

Oleh

Fazri Arrayyan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, nilai produk, persepsi harga, dan iklan media sosial terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh variabel kepuasan pelanggan di Mr. Geprek. Penelitian ini dilakukan pada konsumen rumah makan Mr. Geprek di kedai II Universitas Lampung dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden, teknik sampel yang digunakan adalah teknik sampling aksidental. Tipe penelitian yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif dan menggunakan metode analisis struktural (*SEM*) dengan menggunakan *software SmartPLS* versi 2.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan, variabel nilai produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan, variabel persepsi harga juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan, dan variabel iklan media sosial juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat mengembangkan penelitian ini sehingga dapat menyempurnakan penelitian selanjutnya, dan bagi Mr. Geprek harus terus berusaha menambah nilai dari produk Mr. Geprek di mata konsumen. Dalam penelitian yang dilakukan terhadap konsumen Mr. Geprek ini, para konsumen merasa varian dari produk dan rasa Mr. Geprek masih kurang. Sehingga untuk dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen dan mempertahankan konsumen Mr. Geprek harus dapat selalu berinovasi dan meningkatkan nilai dari produk Mr. Geprek. Lalu untuk variabel citra merek, persepsi harga dan iklan media sosial dari rumah makan Mr. Geprek sudah cukup baik dan harap selalu ditingkatkan agar konsumen tetap loyal dan puas terhadap Mr. Geprek.

Kata kunci: Citra Merek, Nilai Produk, Persepsi Harga, Iklan Media Sosial, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

BRAND IMAGE, PRODUCT VALUE, PRICE IMPORTANCE, SOCIAL MEDIA ADS AND EFFECT ON CUSTOMER LOYALTY DEDICATED BY CUSTOMER SATISFACTION

(Study on Consumer Mr. Geprek Kedai II Unila)

By

Fazri Arrayyan

This study aims to determine the influence of brand image, product value, price perception, and social media advertising to customer loyalty mediated by customer satisfaction variables at Mr. Geprek. The research was conducted Mr. Geprek II restaurant consumers at University of Lampung with the number of samples as much as 120 respondents, the sample technique used is accidental sampling technique. The type of research used is explanative quantitative and using structural analysis method (SEM) using SmartPLS version 2.0 software.

The result showed that brand image variable significantly influenced customer loyalty mediated by customer satisfaction, product value variable significantly influence customer loyalty mediated by customer satisfaction, price perception variable also have a significant effect to customer loyalty mediated by customer satisfaction, and advertisement variable social media also have a significant effect on customer loyalty mediated by customer satisfaction. For further research it is advisable to develop this research in order to refine the further research, and for Mr. Geprek should keep trying to add value from Mr. products. Geprek in the eyes of consumers. In research conducted on consumers. This geprek, the consumers feel the variant of Mr.'s product and taste. Geprek is still lacking. So as to be able to provide satisfaction to consumers and retain consumer Mr. Geprek must be able to always innovate and increase the value of Mr. products. Geprek. Then for brand image variables, price perceptions and social media advertising from Mr. Geprek is good enough and please always be enhanced to keep customers loyal and satisfied with Mr. Geprek.

Keywords: *Brand Image, Product Value, Price Perception, Social Media Advertising, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*