

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *THE HARVEST CAKE* LAMPUNG

Oleh

Deki Ariyansah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas produk, *brand image* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui keputusan pembelian di *The Harvest Cake* Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan objek penelitiannya yaitu pelanggan *The Harvest Cake* Lampung. Pengumpulan data dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner yang disebarakan pada 100 responden. Data dianalisis secara statistik deskriptif dan analisis PLS-SEM dengan menggunakan software SmartPLS 4. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji *outer model*, *inner model*, dan uji hipotesis pengaruh langsung dan tidak langsung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. *Brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Keputusan pembelian tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Persepsi harga memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh keputusan pembelian. Kualitas produk tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh keputusan pembelian. *Brand image* tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh keputusan pembelian. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh keputusan pembelian.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH PURCHASE DECISION AT THE HARVEST CAKE LAMPUNG

By

Deki Ariyansah

This study aims to determine the influence of price perception, product quality, brand image, and service quality on customer loyalty through purchase decisions at The Harvest Cake Lampung. The research employs a quantitative approach analyzed using PLS-SEM, with the study subjects being customers of The Harvest Cake Lampung. Data collection was conducted through a questionnaire distributed to 100 respondents. The data were analyzed using descriptive statistical analysis and PLS-SEM analysis with the SmartPLS 4 software. The data analysis techniques used include outer model testing, inner model testing, and hypothesis testing for both direct and indirect effects. The results of this research show that price perception has a positive but not significant effect on customer loyalty. Product quality has a positive and significant effect on customer loyalty. Brand image has a positive and significant influence on customer loyalty. Service quality does not have a positive and insignificant influence on customer loyalty. Purchasing decisions do not have a positive and insignificant influence on customer loyalty. Price perception has a positive but insignificant influence on customer loyalty mediated by purchasing decisions. Product quality does not have a positive and insignificant influence on customer loyalty mediated by purchasing decisions. Brand image has no positive and insignificant influence on customer loyalty mediated by purchasing decisions. Service quality has a positive but insignificant influence on customer loyalty mediated by purchasing decisions.

Keywords: Price Perception, Product Quality, Brand Image, Service Quality, Customer Loyalty, Purchase Decision