

ABSTRAK

Fasadilah Manahi, BP: 15101155310541, Jurusan Manajemen, Tahun 2021, Pengaruh Harga, Fasilitas, dan *Brand Image* terhadap Loyalitas Konsumen di PO. SARAH Padang, dibawah bimbingan Bapak Ronni Andri Wijaya, SE, MM, dan Bapak Rio Andhika Putra, SH, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh Harga, Fasilitas, dan *Brand Image* secara simultan dan parsial terhadap Loyalitas Konsumen. Teknik pengumpulan data melalui kuisisioner, dengan populasi tidak diketahui dan sampel 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda.

Hasil analisis regresi dalam penelitian ini menunjukkan (a) Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, (b) Fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (c) *Brand Image* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. (d) Harga, Fasilitas, *Brand Image* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Sedangkan koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,350 berarti bahwa variabel dependen dapat dijelaskan oleh tiga variabel independen dengan nilai 35,0% sedangkan sisanya 65,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci :Harga, Fasilitas, Brand Image, Loyalitas

ABSTRACT

Fasadilah Manahi, BP: 15101155310541, Department of Management, 2021, Effect of Price, Facilities, and Brand Image on Consumer Loyalty in PO. SARAH Padang, under the guidance of Mr. Ronni Andri Wijaya, SE, MM, and Mr. Rio Andhika Putra, SH, MM.

This study aims to analyze how much influence Price, Facilities, and Brand Image simultaneously and partially on Consumer Loyalty. The technique of collecting data is through questionnaires, with an unknown population and a sample of 100 respondents. The analytical method used is the classical assumption test and multiple regression analysis.

The results of the regression analysis in this study indicate (a) Price partially has a significant effect on Consumer Loyalty, (b) Facilities partially have a significant effect on Consumer Loyalty (c) Brand Image partially has a significant effect on Consumer Loyalty. (d) Price, Facilities, Brand Image together have a significant effect on Consumer Loyalty. While the coefficient of determination shows a value of 0.350 meaning that the dependent variable can be explained by three independent variables with a value of 35.0% while the remaining 65.0% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Price, Facilities, Brand Image, Loyalty