

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pengguna kartu AS Madura pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2012-2013 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. 2) Untuk mengetahui citra merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pengguna kartu AS Madura pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2012-2013 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. 3) Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pengguna kartu AS Madura pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2012-2013 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 48 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai koefisien variabel harga (X1) memiliki nilai $t_{hitung} (6.627) > t_{tabel} (1.681)$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, variabel citra merek (X2) memiliki nilai $t_{hitung} (3.016) > t_{tabel} (1.681)$ dan signifikansi $0,004 < 0,05$, dan variabel kualitas produk (X3) memiliki nilai $t_{hitung} (27.036) > t_{tabel} (1,681)$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen (Studi Kasus pada Kartu As Madura Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2012-2013 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember).

Kata kunci : Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk dan Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine: 1) To determine the effect on the price of consumer loyalty card users AS Madura at Force Management Students 2012-2013 Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Jember. 2) To determine the effect on the brand

image consumer loyalty card users AS Madura at Force Management Students 2012-2013 Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Jember. 3) To determine the effect on product quality customer loyalty card users AS Madura at Force Management Students 2012-2013 Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Jember. The sample in this study a number of 48 respondents. The sampling technique used purposive sampling. Based on the results obtained by the coefficient of the price variable (X1) has a of t value (6627) > t table (1,681) and the significance of 0.000 < 0.05, brand image variable (X2) has a of t value (3016) > t table (1,681) and significance 0.004 < 0.05, and the variable quality of the product (X3) has a of t value (27 036) > t table (1.681) and significance 0.000 < 0.05, a positive effect on customer loyalty (Case Study on Ace Madura on Force Management Students 2012-2013 Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Jember).

Keywords: Price, Brand and Product Quality and Customer Loyalty