

ABSTRAK

Kondisi persaingan usaha saat ini semakin ketat, setiap perusahaan harus mampu bertahan hidup, bahkan harus dapat terus berkembang. Salah satu hal penting yang perlu dilakukan dan diperhatikan oleh setiap perusahaan adalah mempertahankan pelanggan yang telah ada, terus menggarap pelanggan-pelanggan potensial baru agar jangan sampai pelanggan meninggalkan perusahaan menjadi pelanggan perusahaan lain. Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut menganalisis pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap loyalitas pelanggan kartu perdana XL AXIATA, menganalisis pengaruh *brand image* terhadap loyalitas kartu perdana XL. Penelitian ini digunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember prodi Manajemen angkatan 2016 yang menggunakan produk kartu perdana XL AXIATA lebih dari 3 tahun. Maka sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebesar 75 orang, sedangkan teknik sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, dan uji independent T-test. Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut strategi diferensiasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, artinya jika strategi diferensiasi semakin strategis maka loyalitas pelanggan akan semakin meningkat, *brand image* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, artinya jika *brand image* semakin baik maka loyalitas pelanggan akan semakin meningkat

Kata Kunci : Strategi Diferensiasi, Brand Image, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

The current condition of business competition is getting tougher, every company must be able to survive, even must be able to continue to grow. One important thing that every company needs to do and pay attention to is to retain existing customers, continue to work on new potential customers so that customers do not leave the company becoming customers of other companies. The objectives to be achieved in this study are as follows to analyze the effect of the Differentiation Strategy on the loyalty of XL AXIATA starter card customers, analyze the effect of brand image on XL prime card loyalty. This research used quantitative research. The population in this study were students of the University of Muhammadiyah Jember Management Study Program 2016 who used the XL AXIATA starter pack for more than 3 years. So the sample taken in this research is as many as 75 people, while the sample technique used is purposive sampling. The analytical tool used is the validity test, reliability test, and independent T-test test. Based on the research conducted, it can be concluded that the following differentiation strategy has a significant effect on loyalty, meaning that if the differentiation strategy is more strategic, customer loyalty will increase, brand image has a significant effect on customer loyalty, meaning that if the brand image is getting better, customer loyalty will increase

Keywords: Differentiation Strategy, Brand Image, Customer Loyalty