

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *perceived price*, *perceived quality* dan *service quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada pelanggan Indihome di Kota Semarang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Indihome di Kota Semarang. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat analisis SPSS 21.

Penelitian menggunakan teori perilaku konsumen dan pemasaran strategik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *perceived quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, serta *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*.

Kata kunci : *perceived price*, *perceived quality*, *service quality*, *customer satisfaction*, *customer loyalty*