

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh timbulnya persaingan antar merek-merek lama dan kemunculan berbagai merek-merek baru yang meramaikan persaingan pasar khususnya untuk kategori produk kartu seluler. Mengingat sekarang ini, handphone merupakan suatu barang kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat sehari-hari tentunya menyebabkan persaingan yang semakin ketat antar operator seluler untuk dapat menarik perhatian konsumen agar mau menggunakan dan tetap loyal terhadap merek mereka. Secara khusus, penelitian ini mengulas upaya yang dilakukan Indosat IM3 untuk mempertahankan loyalitas pelanggannya dengan mengoptimalkan factor kepuasan konsumen, harga, promosi, dan kualitas layanan, karena melalui keempat factor tersebut Indosat IM3 berusaha mendorong pelanggannya agar tetap loyal memakai produk IM3. Adapun masalah penelitian ini adalah "apakah pengaruh factor-faktor kepuasan konsumen, harga, promosi, dan kualitas layanan pada produk kartu Indosat IM3 dapat mempengaruhi loyalitas merek pada kartu Indosat IM3?". Penelitian ini secara khusus menguji factor-faktor kepuasan konsumen, harga, promosi, dan kualitas layanan. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh keempat faktor tersebut terhadap loyalitas merek kartu Indosat IM3.

Melalui metode kuesioner dengan menggunakan teknik *quota sampling* terhadap 80 orang responden yang memakai kartu Indosat IM3. Sedangkan populasi yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Reguler II Universitas Diponegoro Semarang.

Dimana variabel Loyalitas Merek, Kepuasan Konsumen, Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa keempat variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen Loyalitas Merek. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen memang layak untuk menguji variabel dependen Looyalitas Merek. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,705 menunjukkan bahwa sebesar 70,5 persen variasi Loaylitas Merek dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 29,5 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar keempat variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : loyalitas merek, kepuasan konsumen, harga, promosi, kualitas layanan