

ABSTRAK

YUFFIE ADI PERMADI. THE EFFECT OF ADVERTISING, BRAND IMAGE, AND PRODUCT QUALITY TO CUSTOMER LOYALTY IN PROVIDER IM3 (Study on Student Affairs Department of Management 2014 Faculty of Social and Political Sciences, State Islamic University Sunan Gunung Djati Bandung).

This research based on the problems of PT. Indosat Tbk which the customers have been decreased. This declining phenomena becomes a threat for the company, so they have to optimize services or supporting roles that exist. Especially on IM3 product customers one that dominates customers, in addition to data users.

The purpose of this research is to know the influence of Advertising, Brand Image and Product Quality to Customer Loyalty either partially (one by one) or simultaneously (together).

The method used in this research is descriptive method with quantitative approach, and data collection technique through field study in the form of questionnaire interview, study document, and observation. Population and sample in this study are respondents who use IM3 provider that are 34 People at the Department of Management Force 2014 Faculty of Social and Political Sciences, State Islamic University Sunan Gunung Djati Bandung. The sampling technique used is population sampling.

From the result of data processing the influence of Advertising, Brand Image, and Product Quality partially, can be obtained equation as follows $Y=3,091-0,012X_1+0,556X_2+0,322X_3$. The results of this study indicate that Advertising has no effect on Customer Loyalty, evidenced by $t_{count}=-0.065 < t_{table}=1.695$. Brand Image effect on Customer Loyalty, as evidenced by $t_{count}=2.260 > t_{table}=1.695$. Product Quality affects Customer Loyalty, as evidenced by $t_{count}=2.053 > t_{table}=1.695$. And the simultaneous influence of Advertising, Brand Image, and Product Quality to Customer Loyalty obtained result of $F_{count}=6,088 > F_{table}=1,69$ and R-square equal to 0,378 or 37,8%.

Keywords: Advertising, Brand Image, and Product Quality to Customer Loyalty.

ABSTRAK

YUFFIE ADI PERMADI. PENGARUH PERIKLANAN (*ADVERTISING*), CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*), DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PROVIDER IM3 (Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2014 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung).

Penelitian ini dilatar belakangi dengan adanya permasalahan pelanggan PT. Indosat Tbk., yang mengalami penurunan pelanggan. Fenomena penurunan menjadi sebuah ancaman bagi perusahaan, sehingga harus mengoptimalkan layanan ataupun peran pendukung yang ada. Khususnya pada pelanggan produk IM3 salahsatu yang mendominasi pelanggan, selain pengguna data.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh dari Periklanan (*Advertising*), Citra Merek (*Brand Image*), dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan, baik secara parsial (satu persatu) ataupun secara simultan (bersama-sama).

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dan teknik pengumpulan data melalui studi lapangan berupa wawancara kuesioner, *study document*, serta observasi. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah responden yang menggunakan provider IM3 yaitu sebanyak 34 Orang pada Jurusan Manajemen Angkatan 2014 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Adapun teknik *sampling* yang digunakan adalah *population sampling*.

Dari hasil pengolahan data pengaruh *Advertising*, *Brand Image*, dan Kualitas Produk secara parsial, dapat diperoleh persamaan sebagai berikut $Y=3,091-0,012X_1+0,556X_2+0,322X_3$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Advertising* tidak terdapat pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, dibuktikan dengan $t_{hitung}=-0,065 < t_{tabel}=1,695$. *Brand Image* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, dibuktikan dengan $t_{hitung}=2,260 > t_{tabel}=1,695$. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, dibuktikan dengan $t_{hitung}=2,053 > t_{tabel}=1,695$. Serta pengaruh secara simultan *Advertising*, *Brand Image*, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan diperoleh hasil sebesar $F_{hitung}= 6,088 > F_{tabel}=1,69$ dan *R-square* sebesar 0,378 atau 37,8%.

Kata Kunci: Periklanan (*Advertising*), Citra Merek (*Brand Image*), dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.