

Pemasaran sekolah alam: analisis pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap loyalitas konsumen : studi kasus: Sekolah Alam Indonesia (SAI) = Community school marketing analysis relationship of brand image, service quality, and price perception on customer loyalty : case study Sekolah Alam Indonesia (SAI)

Dody Nur Endarto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20331714&lokasi=lokal>

Abstrak

Masalah dalam penelitian ini adalah tingkat loyalitas konsumen yang terbentuk terhadap Sekolah Alam Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan persepsi akan harga terhadap loyalitas konsumen. Adapun variabel kualitas pelayanan diwakili oleh tangible, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance. Data penelitian ini dikumpulkan dengan metode survey dengan pembagian kuesioner dengan 35 pertanyaan. Model penelitian diuji validitasnya dengan Pearson product moment, dan reliabilitasnya dengan alpha Cronbach. Dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek, kualitas pelayanan dan persepsi akan harga memiliki pengaruh yang positif dalam terbentuknya loyalitas konsumen.

The problem in this study is the level of consumer loyalty that formed the School of Natural Indonesia. This study aimed to analyze the influence of brand image service quality and price perception of customer loyalty. The variable quality of service represented by tangible empathy reliability responsiveness and assurance. The data were collected by survey method with the distribution of a questionnaire with 35 questions. The research model was tested with Pearson product moment validity and reliability with Cronbach alpha. Using multiple linear regression analysis techniques. The results showed that the variables of brand image service quality and price perceptions will have a positive influence in the formation of customer loyalty.