

## Abstrak

*Konsumen yang loyal harus terus di pertahankan karena merupakan strategi bersaing bagi perusahaan. Pada penelitian sebelumnya, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan persepsi kualitas terhadap kepuasan pelanggan dalam menciptakan loyalitas merek. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis persepsi kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, menganalisis persepsi kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di mediasi kepuasan konsumen, menganalisis persepsi kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dimediasi persepsi nilai konsumen. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Toyota dari dealer Nasmoco Janti. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen Toyota dari Dealer Nasmoco JANTI. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode judgment sampling yaitu pengambilan sampel berdasarkan pada kebijaksanaan peneliti. Teknik analisis data menggunakan PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, persepsi kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di mediasi kepuasan konsumen, menganalisis persepsi kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dimediasi persepsi nilai konsumen.*