

PENGARUH KETERLIBATAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS MERK YANG DIMEDIASI OLEH PERSEPSI HARGA

(Survei Pada Konsumen *The Body Shop* di Ambarukmo Plaza dan Hartono Mall Yogyakarta)

ANDI TENRI NAAFIULA BHUANA PUHANDRA

NIM : 141150534

Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

rierynbhuanapp@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh Pengaruh Keterlibatan Produk Terhadap Loyalitas Merk Yang Dimediasi Oleh Persepsi Harga. Penelitian ini diambil karena masih terdapat perbedaan penelitian yang satu dengan yang lain serta terdapat perbedaan antara keadaan riilnya dengan teori yang ada. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variable bebas (independen) yaitu Keterlibatan Produk, variable terikat (dependen) yaitu Loyalitas Merek, dan variable mediasi (intervening) yaitu Persepsi Harga. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah model regresi sederhana dan path analisis. Teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Keterlibatan Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek, Keterlibatan Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Persepsi Harga, Persepsi Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek, dan Keterlibatan Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek yang dimediasi oleh Persepsi Harga.

Kata kunci : Keterlibatan Produk, Persepsi Harga, Loyalitas Merek.