

**PENGARUH *CUSTOMER EXPECTATIONS*, *CUSTOMER PERCEIVED VALUE*, *CUSTOMER PERCEIVED QUALITY* TERHADAP LOYALITAS MEREK: SURVEY PADA PELANGGAN GREENPARK APARTEMENT
YOGYAKARTA**

GRACE RUTH MONIAGA

NIM. 141220431

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
141220431@student.upnyk.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh *Customer Expectations*, *Customer Perceived Value*, *Customer Perceived Quality* terhadap Loyalitas Merek. Data penelitian yang diambil menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kuesioner. Data yang digunakan adalah data primer dari jawaban responden sebesar 118 responden dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh penulis dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dihitung dengan menggunakan skala *Likert* dan kemudian dianalisis menggunakan *software IBM SPSS Statistic 27*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1) *Customer Expectations* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek, 2) *Customer Perceived Value* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek, 3) *Customer Perceived Quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek.

Keyword: *Customer Expectations*, *Customer Perceived Value*, *Customer Perceived Quality*, Loyalitas Merek