

## Pengaruh customer perceived value terhadap loyalitas konsumen (studi pada pelanggan IM3 di Jakarta Selatan dan Depok)

Fauzia Fyanda Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=125470&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Skripsi ini membahas mengenai pengaruh customer perceived value terhadap loyalitas konsumen pada pelanggan IM3. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana customer perceived value mempengaruhi loyalitas konsumen, dan dari dimensi fungsional, sosial, serta emosional, dimensi mana yang paling mempengaruhi loyalitas konsumen pada pelanggan IM3. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Subjek penelitiannya adalah pelanggan IM3 yang pernah mengunjungi Galeri Indosat dan pernah menggunakan fasilitas internet IM3.

Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh dari customer perceived value terhadap loyalitas konsumen pada pelanggan IM3, namun tidak semua dimensi pada customer perceived value ikut mempengaruhi loyalitas. Dari ketiga dimensi yang ada, hanya dimensi atau nilai sosial yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan, dua nilai lainnya yaitu nilai fungsional dan nilai emosional tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

.....This research examines the effect of customer perceived value to customer loyalty among IM3 customers. The purpose of this research is to know how customer perceived value affects consumer loyalty, and which amongst functional, social, and emotional value affect the consumer loyalty in IM3 customer the most. This research adopts quantitative method. The research subject is IM3 customer who has been to Galeri Indosat and has used the IM3 internet facility.

The result of this research is customer perceived value affects the customer loyalty of IM3 customer, but not all factors of customer perceived value is significantly affecting the customer loyalty. Out of three factors, there is only social value that has significant effect to customer loyalty, whereas the other two factors, functional value and emotional value, doesn't affect the customer loyalty significantly.