

ABSTRAK

Pertumbuhan dan perkembangan teknologi di dunia terus berkembang pesat dari hari ke hari. Munculnya teknologi ini telah memberikan banyak manfaat dan pengaruh yang berdampak besar bagi kehidupan sosial masyarakat salah satunya adalah dapat memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi, mengirim data, maupun mengerjakan pekerjaan kantor. Masyarakat juga lebih tertarik dan lebih banyak menggunakan alat *digital handphone* karena masyarakat menginginkan alat komunikasi yang mudah dibawa dan dapat digunakan kapanpun dan dimanapun

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan sebagai variabel Intervening pengguna Samsung Android di Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Kausal dan menggunakan metode non probability sampling dengan total jumlah responden sebanyak 100 orang kepada pengguna smartphone samsung yang ada di Bandung.

Berdasarkan hasil Uji F untuk Persamaan Sub-Struktur 2, variabel Brand Image (X1), Harga (X2) dan Kepuasan Konsumen (Z) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y), Hal tersebut dapat dilihat dari perolehan hasil uji F di mana Nilai Fhitung lebih besar daripada Nilai Ftabel ($31,253 > 2,70$) dan Nilai Signifikansi lebih kecil daripada Tingkat Ketelitian ($0,000 < 0,05$). Sementara besarnya pengaruh variabel Brand Image (X1), Harga (X2) dan Kepuasan Konsumen (Z) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) dapat dilihat dari perolehan Koefisien Determinasi, yaitu 49,4% dan 50,6% sisanya merupakan besarnya pengaruh dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini

Berdasarkan hasil, variabel Kepuasan Konsumen (Z) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) dan besar pengaruhnya adalah 7,56%. Sementara itu, besarnya pengaruh variabel Brand Image (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z) sebesar 18% sedangkan besarnya pengaruh variabel Harga (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z) adalah 12,9%.

Kata Kunci: Brand Image, Harga, Kepuasan, Loyalitas