

**PENGARUH BRAND ASSOCIATION, SERVICE QUALITY DAN
PERCEIVED QUALITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT. SURYA EKA KENCANA MEDAN**

Sufika Sary, S.Pd., M.Si.
Valencia, Evelyn Triveda Yawira, Wynda, Trisyandi, Erwin

Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Cara bagaimana agar dapat unggul dalam bersaing di dunia bisnis jasa adalah bagaimana membangun citra suatu merek dibenak konsumen, bagaimana cara memberikan pelayanan terbaik dan bagaimana untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dengan cara meningkatkan persepsi pelanggan tentang kualitas produk yang disewakan. Penelitian dilakukan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *brand association, service quality dan perceived quality* terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Surya Eka Kencana Medan. Penelitian menggunakan teori *brand association, service quality perceived quality* dan loyalitas pelanggan. Wawancara dan kuisioner adalah cara peneliti mengumpulkan data. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan sifat penelitian adalah deskriptif *eksplanatory* dan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Regresi linier berganda adalah metode analisis data yang dipakai. Populasi adalah pelanggan yang menyewa alat berat PT. Surya Eka Kencana yang berjumlah 127 orang pada tahun 2019 dengan sampel sebanyak 96 orang yang didapat melalui rumus slovin. Secara parsial terbukti bahwa *brand association* (2,608), *service quality* (3,048) dan *perceived quality* (4,938) berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan (1,98609) dengan taraf signifikan $< 0,05$. Secara simultan *brand association, service quality* dan *perceived quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan, dengan hasil F_{hitung} (57,549) $> F_{tabel}$ (2,70) taraf signifikan $< 0,05$. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *brand association, service quality* dan *perceived quality* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT Surya Eka Kencana Medan baik secara simultan ataupun parsial.

Kata kunci: *Brand Association, Service Quality Perceived Quality* dan Loyalitas Pelanggan