**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SEPATU CROCODILE**

**DI PLAZA MEDAM FAIR**

**INDAH PERMATA SARI**

**NPM. 183114184**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, promosi, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan Sepatu Crocodile di Plaza Medam Fair. Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu 6 bulan yang dimulai dari bulan Maret sampai dengan September 2022. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, studi dokumentasi dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan sepatu per bulan Maret 2022. Dalam penelitian ini, sampel diambil dengan menggunakan teknik nonprobability sampling. Dengan demikian, jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang pelanggan. Metode analisis penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan program Statistical Product Sofware Solution (SPSS). Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Sepatu Crocodile Plaza Medan Fair, Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Sepatu Crocodile Plaza Medan Fair Secara simultan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga, promosi, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Sepatu Crocodile Plaza Medan Fair. Nilai Koefisien determinasi (R2) pada penelitian ini sebesar 0,649 yang artinya 64,9% loyalitas pelanggan sepatu dapat dijelaskan oleh variabel persepsi harga, promosi, dan citra merek.

**Kata kunci**: persepsi harga, promosi, citra merek, loyalitas pelanggan

