

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap sikap dan dampaknya pada loyalitas pelanggan (studi pada pengguna shampoo head and shoulders di kalangan mahasiswa FEB Universitas Stikubank Semarang). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEB Universitas Stikubank Semarang. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu metode penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel 120 responden di kalangan mahasiswa FEB Universitas Stikubank Semarang. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk,citra merek,dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap sedangkan sikap serta pengaruhnya berdampak positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci :** Kualitas produk, Citra Merek, Persepsi harga, Sikap, Loyalitas Pelanggan

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of product quality, brand image, and price perception on attitudes and observations on customer loyalty (study on shampoo users among FEB students, Stikubank University, Semarang). The population in this study were FEB students, Stikubank University, Semarang. Sampling in this study used purposive sampling method, namely determining the sample with certain considerations, data collection using a questionnaire with a sample of 120 respondents among FEB students, Stikubank University, Semarang. The data analysis technique in this research uses multiple linear regression analysis. The results of the study prove that product quality, brand image, and price perception have a positive and significant effect on attitudes and attitudes and have a positive and significant impact on customer loyalty.*

**Keywords:** Product quality, Brand image, Price perception, Attitude, Customer loyalty.