

**ABSTRAK**  
**PENGARUH NILAI PERSEPSI DAN KEPUASAN PELANGGAN**  
**TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN HYPERBOX FAMILY KARAOKE**

**ANDARU PERWITA HASKARA**  
**No. Mhs. 141070027**

**Pembimbing I : Drs. Hadi Utomo, MM.**  
**Pembimbing II : Drs. Tugio, MM.**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung nilai persepsi terhadap kepuasan pelanggan Hyperbox Family Karaoke, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Hyperbox Family Karaoke, dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung nilai persepsi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Hyperbox Family Karaoke. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian pelanggan Hyperbox Family Karaoke di Yogyakarta yang pernah mengunjungi Family Karaoke minimal tiga kali yang berjumlah 100 orang. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier model jalur dengan metode *Ordinary Least Square (OLS)*. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung antara nilai persepsi terhadap kepuasan pelanggan Hyperbox Family Karaoke, terdapat pengaruh langsung antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Hyperbox Family Karaoke, dan terdapat pengaruh tidak langsung antara nilai persepsi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Hyperbox Family Karaoke.

*Kata Kunci* : Nilai Persepsi, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.