

ABSTRAK**Kunjayanah, 1950210160, Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Scarlett (Studi Kasus di Kota Pati)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap loyalitas konsumen Scarlett di Kabupaten Pati. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan metode penelitian kuantitatif. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan tipe *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 26. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Scarlett di Kabupaten Pati.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen, Persepsi Harga

