

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN HELM MEREK BMC DI PEMALANG

ARI BAHAR SANIULTO

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211200901811@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Loyalitas merupakan kesediaan konsumen untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan suka rela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman-teman dan rekan-rekannya. Jika perusahaan pertama tersebut melakukan sesuatu yang mengecewakan konsumen atau jika pesaing mulai menawarkan nilai yang jauh lebih baik, risikonya adalah bahwa konsumen tersebut akan berpindah ke merek lain atau konsumen tidak loyal terhadap produk yang lama. Banyak faktor dapat mempengaruhi loyalitas konsumen, diantaranya kualitas produk, harga dan promosi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap loyalitas konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna helm merek BMC di Pemalang. Sampel yang diambil sebanyak 104 konsumen. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa : 1). Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. 2). Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. 3). Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Loyalitas Konsumen

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND PROMOTION ON CONSUMER LOYALTY OF HELM BRAND BMC IN PEMALANG

ARI BAHAR SANIULTO

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211200901811@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Loyalty is the willingness of consumers to continue to subscribe to a company in the long term, by buying and using goods and services repeatedly and better still exclusively, and willingly recommend the company's products to friends and colleagues. If the first company do something that disappointing consumers or if competitors start offering much better value, the risk is that consumers would switch to another brand or consumers are not loyal to the old products. Many factors can affect consumer loyalty, such as product quality, price and promotion. The purpose of this study is to analyze the effect of product quality, price and promotion on consumer loyalty .

The population in this study is the brand BMC helmet users in Pemalang. Samples taken as many as 104 customers. Methods of data collection using questionnaires and analysis technique used is multiple regression .

The results show that : 1). Products quality positive and significant effect on consumer loyalty. 2). Price positive and significant effect on consumer loyalty. 3). Promotion positive and significant effect on consumer loyalty.

Keyword : Product Quality, Price, Promotion, Consumer Loyalty