

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN PRODUK FANTA PT COCA-COLA AMATIL  
INDONESIA DI KOTA SEMARANG**

**BRYAN SACAKSANA SETYA PRAJA**

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,*

*Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

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

*Email : 211201102382@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan produk, harga, tempat dan promosi terhadap loyalitas konsumen. Responden penelitian ini terdiri dari 100 orang konsumen produk fanta PT Coca-Cola Amatil Indonesia Di Kota Semarang. Data penelitian ini didapat dari hasil penyebaran kuisisioner yang selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Model persamaan tersebut diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS for windows versi 16. Berdasarkan hipotesis diperoleh bahwa produk, harga, tempat dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Pada hasil penelitian ini promosi adalah variabel yang memberikan pengaruh terbesar terhadap loyalitas konsumen produk fanta. Promosi yaitu menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang pemasaran. Promosi yang baik dalam proses pemasaran produk dan pendekatan ke konsumen dapat meningkatkan loyalitas konsumen secara optimal. Promosi dapat dilakukan dengan memberikan promo harga serta ikut berpartisipasi dalam event-event tertentu.

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

**THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON CUSTOMER LOYALTY OF  
PRODUCT FANTA PT COCA-COLA AMATIL INDONESIA IN  
SEMARANG**

**BRYAN SACAKSANA SETYA PRAJA**

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,*

*Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

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

*Email : 211201102382@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRACT**

This study aims to analyze the relationship between product, price, place and promotion on customer loyalty. Respondents of this study consisted of 100 customer Fanta products of PT Coca-Cola Amatil Indonesia in Semarang. This research data obtained from the questionnaires where subsequently analyzed using multiple linear regression analysis. The model equations are processed using SPSS for Windows version 16. Based on hypothesis can be known that product, price, place and promotion have a positive and significant influence on customer loyalty. Based on this results can be known that promotion is a variable which giving great influence on customer loyalty of Fanta products. Promotion is to inform, influence, persuade, and remind targeted customer about marketing. A good promotion on the marketing process and product approach to the customer can improve customer loyalty optimally. Promotion can be done by giving the promo prices as well as participating in certain events.

Keyword : Product, Price, Place, Promotion, Customer Loyalty