

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SEPEDA MOTOR SPORT MEREK V-IXION DI JEPARA

KAFI FIRMANSYAH

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

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

Email : 211201002052@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Loyalitas konsumen merupakan kesediaan konsumen untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang. Loyalitas konsumen akan berlanjut hanya sepanjang konsumen merasakan telah menerima suatu nilai yang lebih baik dibandingkan ke penyedia jasa lain. Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, seperti Supandi (2009), Wijayanti dan Sumekar (2009), Yonaldi (2011), Mei (2012), Lumintang (2013), Selang (2013) serta Wijayanto, dkk (2013). Pada penelitian tersebut, variabel yang digunakan adalah kualitas produk, harga, promosi dan distribusi. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan distribusi terhadap loyalitas konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna sepeda motor merek V-ixion di Jepara. Sampel yang berjumlah 100 konsumen. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa : Kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Promosi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Distribusi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Loyalitas Konsumen, dan Merek

THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON CUSTOMER LOYALTY OF MOTORCYCLE SPORT BRAND V-IXION IN JEPARA

KAFI FIRMANSYAH

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

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

Email : 211201002052@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Consumer loyalty is the consumer`s willingness to continue to subscribe to a company in the long run. Consumer loyalty will continue only as long as consumers feel have received a better value compared to other providers. Research on the factors that influence consumer loyalty has been done by previous researchers, such as Supandi (2009), Wijayanti and Sumekar (2009), Yonaldi (2011), in Mei (2012), Lumintang (2013), Selang (2013) and Wijayanto, et al (2013). In that study, the variables used is the product quality, price, promotion and distribution. The purpose of this study to analyze the influence of the product quality, price, promotion and distribution on consumer loyalty. The population in this study is the user motorcycle brand V - ixion in Jepara. Sample of 100 consumers. The method of collecting data using questionnaires and analysis technique used is multiple regression. The analysis showed that : Product quality proved and significant positive effect on customer loyalty. Price proved and significant positive effect on customer loyalty. Promotion proved and significant positive effect on customer loyalty. Distribution proved and significant positive effect on customer loyalty.

Keyword : Marketing Mix, Customer Loyalty, and Brand