

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK , HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN MINAT BELI ULANG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

ANGGITAN RIZANA AULIA RIZKI

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

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

Email : anggita

ABSTRAK

Era pasar bebas berdampak pada adanya persaingan yang sangat ketat bagi para pelaku bisnis, sehingga berdampak pada adanya tuntutan bagi setiap manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi pemasaran agar dapat memenangkan persaingan yang dihadapi. Strategi pemasaran yang dimaksud harus mengarah pada terciptanya suatu kesediaan yang tinggi dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan melalui minat beli. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Shibuya Resto Semarang. Sampel yang digunakan adalah 110 responden. Alat analisis yang digunakan adalah SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh antara produk terhadap minat beli konsumen. Artinya jika kualitas produk meningkat maka akan meningkatkan minat beli konsumen. Terdapat pengaruh antara harga terhadap minat beli konsumen. Artinya jika harga terjangkau maka akan meningkatkan minat beli konsumen. Terdapat pengaruh antara promosi terhadap minat beli konsumen. Artinya jika promosi meningkat maka akan meningkatkan minat beli konsumen. Terdapat pengaruh antara minat beli konsumen terhadap minat beli konsumen. Artinya jika minat beli meningkat maka akan meningkatkan minat beli konsumen.

Kata Kunci : pengaruh produk, harga dan promosi, loyalitas pelanggan dan minat beli

effect analysis of product quality, price, and promotion on customer loyalty with re-buying interest as an intervening variable

ANGGITAN RIZANA AULIA RIZKI

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

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

Email : anggita

ABSTRACT

The era of the free market have an impact on a very tight competition for business people, so the impact on the demand for each of the company`s management to be more careful in determining the marketing strategy in order to win the competition faced. Marketing strategy in question must lead to the creation of a high fidelity of consumers to the products offered by the company.

The purpose of this study was to determine the effect of the product, price and promotion on customer loyalty through buying interest. The population used in this study were all customers Shibuya Resto Semarang. The samples used were 110 respondents. Analysis tool used is SEM.

The results showed that the influences of the product to consumers to buy. It means that if the quality of the product increases, consumers will increase re-buying interest. There is the influence of price on consumers to buy. It means that if the affordable price will increase re-buying interest. There is the influence of promotions on consumers to buy. Meaning that if the promotion increases, will boost consumer buying interest. There is influence between consumer purchase interest to consumers to buy. It means that if the increased re-buying interest

Keyword : influence of product, price and promotion, customer loyalty and buying interest