

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Selera, Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Konsumen pada Perusahaan Kecap Purnama Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung” yang ditulis oleh Fridetia Listyani, NIM. 12402173401 Pembimbing : Ahmad Syaichoni, M.Sy.

Konsumen dapat dikatakan loyal dengan dibuktikannya saat penggunaan produk kecap purnama KD Cap 2000 kurang lebih dari 5 kali berturut-turut. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh selera, harga, kualitas produk, dan promosi penjualan yang dilakukan semaksimal mungkin untuk konsumen agar tidak kalah saing dengan produk lainnya. Komitmen konsumen bertahan dalam kurun waktu itulah yang dibutuhkan dalam meneliti loyalitas untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang.

Tujuan penelitian ini adalah : (1) Untuk menguji pengaruh selera terhadap loyalitas konsumen pada Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000, (2) Untuk menguji pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen pada Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000, (3) Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000, (4) Untuk menguji pengaruh promosi penjualan terhadap loyalitas konsumen pada Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000, dan (5) Untuk menguji pengaruh selera, harga, kualitas produk, dan promosi penjualan terhadap loyalitas konsumen pada Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu menggunakan metode sampel jenuh dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Model analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda yaitu berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil penelitian menggunakan uji t yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan. Variabel selera, harga, dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada Perusahaan Kecap Purnama Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. Sedangkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji f menunjukkan bahwa secara simultan variabel selera, harga, kualitas produk, dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada Perusahaan Kecap Purnama Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung.

Kata Kunci : Selera, Harga, Kualitas Produk, Promosi Penjualan, dan Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Taste, Price, Product Quality, and Sales Promotion on Consumer Loyalty at the Purnama Cap 2000 Soy Sauce Company in Kedungwaru District, Tulungagung Regency" written by Fridetia Listyani, NIM. 12402173401 Supervisor : Ahmad Syaichoni, M.Sy.

Consumers can be said to be loyal by being proven when using KD Cap 2000 full soy sauce products more than 5 times in a row. This is also influenced by tastes, prices, product quality, and sales promotions that are carried out as much as possible for consumers so that they are not less competitive with other products. The commitment of consumers to survive within that period is what is needed in researching loyalty to re-subscribe or make repeat purchases.

The aims of this study are: (1) To examine the effect of taste on consumer loyalty at the KD Cap 2000 Purnama Soy Sauce Company, (2) To examine the effect of price on consumer loyalty at the KD Cap 2000 Purnama Purnama Company, (3) To examine the effect of product quality on consumer loyalty at the KD Cap 2000 Purnama Soy Sauce Company, (4) To examine the effect of sales promotion on consumer loyalty at the KD Cap 2000 Purnama Purnama Company, and (5) To examine the effect of taste, price, product quality, and sales promotion on consumer loyalty in Purnama Ketchup Company KD Cap 2000.

This research uses a quantitative approach with associative research type. The technique used in sampling is using the saturated sample method where all members of the population are sampled. The type of data in this study uses primary data and secondary data. The analytical model used is multiple linear regression analysis, which serves to prove the research hypothesis.

The results of the study used the t test which showed that the product quality variable had a positive and insignificant effect. The variables of taste, price, and sales promotion have a positive and significant effect on Consumer Loyalty at the Purnama Cap 2000 Soy Sauce Company in Kedungwaru District, Tulungagung Regency. While the results of hypothesis testing using the f test indicate that simultaneously the variables of taste, price, product quality, and sales promotion have a positive and significant impact on consumer loyalty at the Purnama Cap 2000 soy sauce company in Kedungwaru District, Tulungagung Regency.

Keywords: Taste, Price, Product Quality, Sales Promotion, and Consumer Loyalty