

ABSTRAK

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kinerja dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi alasan utama suatu perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Tujuan dalam penelitian ini adalah menguji pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Bakso A'im 13, menguji pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Bakso A'im 13, menguji pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan Bakso A'im 13, menguji pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan Bakso A'im 13.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan teknik sampling insidental, dengan jumlah sampel sebesar 75 responden, yaitu konsumen Bakso A'im 13. Teknik pengambilan data menggunakan skala likert melalui penyebaran angket, yang selanjutnya dilakukan analisis yang dilakukan dengan menggunakan software SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Bakso A'im 13. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Bakso A'im 13. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Bakso A'im 13. Kualitas Produk, Harga, dan Promosi memberikan pengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen dengan hasil 86,4% dan sisanya 13,6% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

Customer loyalty has an important role in a company, retaining customers means improving performance and maintaining company survival. This is the main reason for a company to attract and retain customers.s

The objectives of this research are to test the effect of product quality on customer loyalty of Bakso A'im 13, to test the effect of price on customer loyalty of Bakso A'im 13, to test the effect of promotions on customer loyalty of Bakso A'im 13, testing the influence of product quality, price and promotion on customer loyalty at Bakso A'im 13.

This research uses a quantitative approach method with an associative type of research. The sampling technique used was nonprobability sampling with an incidental sampling technique, with a sample size of 75 respondents, namely Bakso A'im 13 consumers. The data collection technique used a Likert scale by distributing questionnaires, which was then analyzed using SmartPLS 4.0 software.

The research results show that: Partially there is a positive and significant influence between Product Quality on Customer Loyalty of Bakso A'im 13. Partially there is a positive and significant influence of Price on Customer Loyalty of Bakso A'im 13. Partially there is a positive and significant influence of Promotion on Customer Loyalty of Bakso A'im 13. Product Quality, Price and Promotion have a joint influence on consumer satisfaction with a result of 86,4% and the remaining 13,6% is influenced by variables other than research.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Customer Loyalty.