

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Sawa Lowe Resto. Penelitian ini menggunakan metode Teknik slovin sampling untuk penentuan sampel dengan populasi sebanyak 1.500 orang pembelian dalam 5 tahun belakang dan sampel sebanyak 94 responden (semua pembelian) dengan menggunakan teknik kuantitatif. Metode pengumpulan data melalui survei dan menyebarkan kuesioner kepada kosumen sebagai responden. Teknik Analisa data yang digunakan adalah Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *Partial Least Square* (PLS) 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap loyalitas pelanggan Pada Sawa Lowe Resto. Terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap loyalitas pelanggan pada Sawa Lowe Resto. Terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap keputusan pembelian pada Sawa Lowe Resto. Terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada Sawa Lowe Resto. Terdapat pengaruh yang signifikan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian pada Sawa Lowe Resto. Terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap keputusan pembelian melalui loyalitas pelanggan Pada Sawa Lowe Resto. Terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian melalui loyalitas pelanggan pada Sawa Lowe Resto.

Kata kunci : Promosi, Harga, Keputusan Pembelian, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of promotion and price on consumer purchasing decisions to increase customer loyalty as an intervening variable at Sawa Lowe Resto. This study uses the slovin sampling technique to determine the sample with a population of 1,500 people purchasing in the past 5 years and a sample of 94 respondents (all purchases) using quantitative techniques. Methods of collecting data through surveys and distributing questionnaires to consumers as respondents. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM) Analysis with Partial Least Square (PLS) 3.0. The results showed that there was a significant effect of promotion on customer loyalty at Sawa Lowe Resto. There is a significant effect of price on customer loyalty at Sawa Lowe Resto. There is a significant influence of promotion on purchasing decisions at Sawa Lowe Resto. There is a significant influence of price on purchasing decisions at Sawa Lowe Resto. There is a significant influence of customer loyalty on purchasing decisions at Sawa Lowe Resto. There is a significant influence of promotion on purchasing decisions through customer loyalty at Sawa Lowe Resto. There is a significant effect of price on purchasing decisions through customer loyalty at Sawa Lowe Resto.

Keywords: Promotion, Price, Purchase Decision, Customer Loyalty