

ABSTRAK

Saiful Rizal, 14101155310727, Jurusan Manajemen, Tahun 2018, pengaruh harga, kualitas produk dan kepercayaan merek terhadap loyalitas, di bawah bimbingan Bapak Mondra Neldi , SE, MM dan ibu Marta Widian Sari, SE, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh, Harga, Lokasi, dan kualitas produk secara bersama-sama dan parsial terhadap loyalitas. Variabel penelitian yaitu Harga (X_1), kualitas produk, (X_2), Dan kepercayaan merek (X_3). Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, analisis korelasi, analisis regresi berganda, untuk uji hipotesis digunakan yaitu uji t dan uji F.

Berdasarkan uji parsial (Uji t) diperoleh: (a) Harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas. (b) kualitas produk,berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. (c) kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Kemudian berdasarkan uji hipotesis secara bersama-sama (Uji F) dapat diketahui bahwa Harga, kualitas produk, kepercayaan merek signifikan terhadap loyalitas.

Kata Kunci : Harga, kualitas produk, kepercayaan merek Dan loyalitas