

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Koran PR serta implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian adalah 60 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dan korelatif yang dianalisis dengan menggunakan Analisis Jalur (Path Analysis) dan diproses dengan bantuan perangkat lunak SPSS 22.00. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan iklan baik secara individual maupun secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil dari penelitian, variabel yang paling kuat pengaruhnya adalah Variabel Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan, sejumlah 0,61; kemudian diikuti oleh Variabel Iklan terhadap Keputusan Pembelian, yaitu sejumlah 0,39. Sedangkan variabel yang paling lemah pengaruhnya, yaitu Variabel Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Pelanggan, sejumlah 0,02. Besar pengaruh atau kontribusi semua variabel baik kualitas produk, harga dan iklan terhadap keputusan pembelian produk koran PR sebesar 0,791 atau 79,1%, sedangkan sisanya 20,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang tidak ada dalam penelitian. Berdasarkan hasil dari penelitian, untuk meningkatkan keputusan pembelian yang berimplikasi pada loyalitas pelanggan, maka yang perlu peningkatan kualitas produk, harga yang bersaing, dan iklan yang lebih gencar. Untuk peneliti mendatang disarankan untuk mengikutsertakan variabel lain seperti penanganan keluhan, *cultural*, sosial dan *company image*, dapat dijadikan variabel lain.

Kata Kunci : kualitas produk, harga, iklan, keputusan pembelian, loyalitas pelanggan

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine and analyze the effect of product quality, price, and advertising on purchase decisions of Pikiran Rakyat newspapers and its implications to customer loyalty. The number of samples in this study is 60 respondents. The data used in this study were primary data and secondary data. The approaches used were quantitative and correlative approaches that were analyzed by using Path Analysis and processed by SPSS 22.00. The results showed that product quality, price, and advertising, both partially and simultaneously, had positive and significant effects on customer loyalty. The results showed that the variables that had the strongest effect were variables of product quality on customer loyalty, with 0,61; and followed by variables of advertising on purchase decision, with 0,39. Meanwhile, the variables that had the weakest effect were variables of purchase decision on customer loyalty with -0,02. The percentage of effect or contribution of product quality, price, and advertising on purchase decisions of Pikiran Rakyat newspapers was 0,791 or 79.1%. Meanwhile, the remaining 20,9% was affected by other variables that were not analyzed in this study. Based on the results, there is a need to improve the product quality and the competitive prices, and also to advertise more aggressively in order to improve the purchase decisions that have implications to customer loyalty. For further studies are advised to include other variables such as complaints handling, culture, social, and company image in the studies.*

*Key words: product quality, price, advertising, purchase decisions, customer loyalty*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA