

ABSTRACT

This study aimed to identify and analyze the effect of product quality, price perception, and distribution toward customer loyalty. The method used in this research was descriptive quantitative using statistical correlation and regression with aimed to analyze the influence of three independent variables on customer loyalty. In this study, data collection was conducted through survey method by distributing questionnaires to customers who have already made a purchase from PT Anugraha Wening Caranadwaya. The number of samples taken in this study was 30 companies. The technique used in this study was through census.

The results of data processing showed that the variable quality of the product, price perception, and distribution simultaneously had positive and significant impacts on customer loyalty at PT Anugraha Wening Caranadwaya. However, when tested partially, variable product quality and distribution had no effects on customer loyalty at PT Anugraha Wening Caranadwaya, while the variable price perception significant effect on customer loyalty by 0.352. Regression coefficient 0.352, which meant that if the value of the regression coefficient remained constant, then change the value of the price perception scores would give a positive effect of 0.352 units of customer loyalty scores at PT Anugraha Wening Caranadwaya.

Keywords: *Product Quality, Price Perception, Distribution and Customer Loyalty*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan distribusi terhadap loyalitas pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan statistic korelasi dan regresi berganda dengan tujuan menganalisis pengaruh ketiga variabel bebas terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui metode survey dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang sudah melakukan pembelian kepada PT Anugraha Wening Caranadwaya. Jumlah sample yang diambil dalam penelitian ini adalah 30 perusahaan. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sensus keseluruhan anggota populasi.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, persepsi harga, dan distribusi secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT Anugraha Wening Caranadwaya. Akan tetapi apabila diuji secara partial, variabel kualitas produk dan distribusi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT Anugraha Wening Caranadwaya, sedangkan variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan diperoleh variabel sebesar 0,352. Koefisien regresi 0,352, artinya bahwa apabila nilai koefisien regresi lainnya tetap, maka perubahan satu nilai skor persepsi harga akan memberi pengaruh positif sebesar 0,352 unit skor loyalitas pelanggan di PT Anugraha Wening Caranadwaya.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Distribusi, dan Loyalitas Pelanggan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA