

ABSTRAK

Wita Valenea Napitupulu. Analisis Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kriskong Keripik Sibolga. Dibimbing oleh Binsar Sihombing, S.E., M.Si dan Dr.Nora Anisa Br Sinulingga, S.E., M.M.

Industri makanan ringan di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Kriskong Keripik Sibolga mengalami fluktuasi, untuk meningkatkan penjualan, Kriskong Keripik Sibolga perlu menganalisis faktor-faktor kualitas produk, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada Kriskong Keripik Sibolga. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal dengan analisis data menggunakan SPSS 25, untuk mengetahui alasan konsumen memilih Keripik Sibolga pada Kriskong dan teknik survei terhadap 150 responden yang pernah melakukan pembelian di Kriskong Keripik Sibolga minimal 2 kali. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas produk, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada Kriskong Keripik Sibolga. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan (nilai signifikansi $0,069 > 0,05$ dan $T_{hitung} 1,835 > T_{tabel} 1,655$), sedangkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $T_{hitung} 7.722 > T_{tabel} 1,655$), promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dibuktikan dengan (nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan $T_{hitung} 3,565 > T_{tabel} 1,655$). Namun, ketika diuji secara simultan, kualitas produk, harga, dan promosi secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas pelanggan (nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} 112.854 > 3,06 F_{tabel}$). Nilai koefisien determinasi sebesar 69,3% menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan promosi memiliki pengaruh yang kuat terhadap loyalitas pelanggan.

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

ABSTRACT

Wita Valenea Napitupulu. *Analysis of Product Quality, Price, Promotion on Customer Loyalty at Kriskong Sibolga Chips.* Mentored by Binsar Sihombing, S.E., M.Si and Dr. Nora Anisa Br Sinulingga, S.E., M.M.

The snack food industry in Indonesia has experienced significant growth in recent years. One of the businesses in this sector, Kriskong Keripik Sibolga, has encountered fluctuating sales. To increase its sales, Kriskong Keripik Sibolga needs to analyze the effects of product quality, price, and promotion on customer loyalty. This research was conducted as a quantitative study with a causal associative approach, utilizing data analysis through SPSS 25. The study aimed to determine the reasons consumers choose Keripik Sibolga from Kriskong, employing a survey method with 150 respondents who had made purchases at Kriskong Keripik Sibolga at least twice. The results indicated that product quality had a positive but not significant effect on customer loyalty (significance value $0.069 > 0.05$ and $t\text{-count } 1.835 > t\text{-table } 1.655$). Meanwhile, price had a positive and significant effect on customer loyalty (significance value $0.000 < 0.05$ and $t\text{-count } 7.722 > t\text{-table } 1.655$). Promotion also had a positive and significant effect on customer loyalty (significance value $0.001 < 0.05$ and $t\text{-count } 3.565 > t\text{-table } 1.655$). Simultaneously, product quality, price, and promotion collectively influenced customer loyalty, as indicated by a significance value of $0.000 < 0.05$ and an $F\text{-count}$ of $112.854 > F\text{-table } 3.06$. The coefficient of determination of 69.3% demonstrates that product quality, price, and promotion have a strong influence on customer loyalty towards Kriskong Keripik Sibolga.

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