

ABSTRAK

PENGARUH MARKETING MIX (KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI) TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MEMBELI MOBIL TOYOTA KIJANG INNOVA

Studi Kasus pada Konsumen Mobil Toyota Kijang Innova

Buyung Reza Patria

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta, 2018

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) apakah kualitas produk, harga, dan promosi secara parsial dapat mempengaruhi loyalitas konsumen membeli Toyota Kijang Innova, (2) apakah kualitas produk, harga, dan promosi secara bersama-sama dapat mempengaruhi loyalitas konsumen membeli Toyota Kijang Innova. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen mobil Toyota Kijang Innova, dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Quota Sampling*. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Teknik pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif identitas responden, uji asumsi klasik, uji hipotesis, analisis regresi linier berganda, tes statistik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) variabel harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, sedangkan variabel kualitas produk dan variabel promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, (2) berdasarkan pengujian regresi untuk variabel kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan atau bersama-sama dapat mempengaruhi loyalitas konsumen membeli mobil Toyota Kijang Innova.

Kata kunci: kualitas produk, harga, promosi, loyalitas konsumen.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF MARKETING MIX (PRODUCT QUALITY, PRICE, PROMOTION) ON CONSUMER LOYALTY TO BUY TOYOTA KIJANG INNOVA

A Case Study on Toyota Kijang Innova Consumers

Buyung Reza Patria
Sanata Dharma University
Yogyakarta, 2018

This study aims to find out: (1) whether product quality, price, and promotion can partially influence consumer loyalty to buy Toyota Kijang Innova, (2) whether product quality, price, and promotion can simultaneously influence consumer loyalty to buy Toyota Kijang Innova. The population in this study were consumers of the Toyota Kijang Innova, with a sample of 100 respondents. Sampling uses the Quota Sampling technique. Data collection techniques using a questionnaire. The instrument testing techniques use validity and reliability testing. Data analysis techniques used descriptive analysis of respondents' identities, classic assumption tests, hypothesis testing, multiple linear regression analysis, statistical tests.

The results of this study indicate that: (1) the price variable partially had no significant influence on consumer loyalty, while the product quality and promotion variables partially had a significant influence on consumer loyalty, (2) product quality, price, and promotion simultaneously influenced consumer loyalty to buy Toyota Kijang Innova.

Keywords: product quality, price, promotion, consumer loyalty