

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN THE FACE SHOP
OUTLET MALL CENTRAL PARK JAKARTA**

SKRIPSI

Program Studi : Manajemen



Oleh:

NAMA : Muhammad Solihin

NIM : 041501573125010

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2018**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN THE FACE SHOP
OUTLET MALL CENTRAL PARK JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1**



Oleh:

NAMA : Muhammad Solihin

NIM : 041501573125010

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2018**

ABSTRAK

Penelitian ini adalah tentang pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Loyalitas Konsumen The Face Shop Outlet Mall Central Park Jakarta yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara independen variabel Kualitas Produk, Harga, dan Promosi dengan variabel dependen Loyalitas Konsumen.

Populasi dalam penelitian pada The Face Shop Outlet Mall Central Park Jakarta. Pengambilan sampel menggunakan metode Slovin dengan jumlah responden sebanyak 71 dan analisis data penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 20. Dari hasilnya adalah bahwa Kualitas Produk, Harga, dan Promosi secara parsial dan simultan memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Loyalitas Konsumen



ABSTRACT

This research is about the influence of Product Quality, Price, and Promotion to Consumer Loyalty The Face Shop Outlet Central Park Jakarta Mall aims to know whether there is influence between independent variable of Product Quality, Price, and Promotion with dependent variable Consumer Loyalty.

Population in research at The Face Shop Outlet Mall Central Jakarta. Sampling using Slovin method with the number of respondents as much as 71 and analysis of research data using multiple linear regression analysis using SPSS version 20. From the result is that Product Quality, Price, and Promotion partially and simultaneously have a positive influence on Consumer Loyalty.

Keywords: Product quality, Price, Promotion, Consumer loyalty

