

ABSTRACT

Competition in business now in those days it ' s very competitive so that each company must get the proper so it can compete with other companies by way of improving product quality and increase the and the price that can compete against a product. Therefore in this study author take on titles The influence of the quality of product and price against consumer loyalty. The aim of this research is to find the product quality and price influence on consumer loyalty maybelline new york research is done by way of spreading a questionnaire to 100 respondents.

Research data obtained are then were analysed quantitatively using the tools software spss 17.00 .The results of his research product quality have a positive influence on consumer loyalty .While the price of no influence consumers against loyalty.

Regression in the double that show that the quality of the product is affecting consumer loyalty of 17,55 % tingkatsignifikasi 0.000, the remaining influenced by these factors.

Up from the conclusion , hence writers try to give advice is the price of products companies should conformity with the quality of marketed products , thus loyalty consumers can keep well maintained.

Keyword: Quality Product, Price, Consumers Loyalty



ABSTRAK

Persaingan dalam dunia bisnis pada zaman sekarang ini sangat kompetitif, maka dari itu setiap perusahaan harus bias membuat strategi yang tepat agar perusahaannya dapat bersaing dengan perusahaan lain, dengan cara memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk tersebut, dan harga yang bias bersaing terhadap suatu produknya. Maka dari itu dalam penelitian ini penulis mengambil judul “ **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen**”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Kualitas Produk dan harga mempengaruhi Loyalitas Konsumen pada *Maybelline New York* Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 responden.

Data penelitian yang diperoleh tersebut kemudian dianalisa secara kuantitatif menggunakan alat bantu *software* SPSS 17.00. Hasil penelitiannya Kualitas Produk memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen.

Dalam perhitungan regresi berganda yang menunjukkan bahwa Kualitas Produk mempengaruhi Loyalitas Konsumen adalah sebesar 17,55% dengan tingkat signifikansi 0.000, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen yang terlihat dari nilai signifikansi variabel lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,002 dengan tingkat pengaruh sebesar 9,24 %.

Dengan demikian Kualitas Produk dan Harga sangat berpengaruh bagi Loyalitas Konsumen, karena jika Kualitas Produk baik maka Harga akan menyesuaikan dengan Kualitas yang ada, dan konsumen akan menjadi Loyal terhadap produk tersebut.

Dari kesimpulan diatas, maka penulis mencoba memberikan saran yaitu perusahaan harus kesesuaian harga produk dengan kualitas produk yang dipasarkan, dengan demikian loyalitas konsumen dapat terus terjaga dengan baik

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Loyalitas Konsumen

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR LAMPIRAN.....	v

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Kegunaan Penelitian.....	10

BAB II KAJIAN KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka.....	11
2.2. Rerangka Teoritis	23
2.3. Rerangka Pemikiran	24
2.4. Penelitian Terdahulu	25
2.5. Pengembangan Hipotesis	29
2.6. Model Penelitian	30

BAB III METODE PENELITIAN

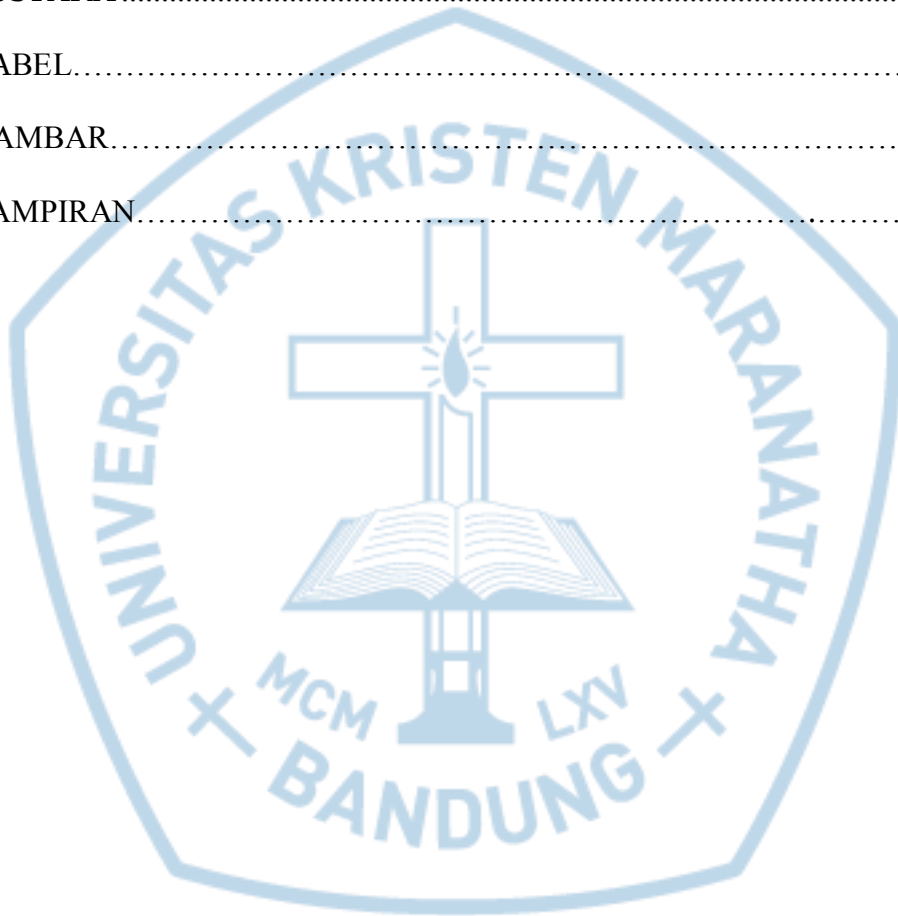
3.1. Jenis Penelitian	32
3.2. Objek Penelitian	32
3.3. Variabel dan Operasi Variabel	33
3.4. Definisi Operasional Variabel	34
3.5. Populasi Sample	37
3.6. Teknik Pengambilan Sample	38
3.7. Metode Pengumpulan Data	39
3.8. Metode Analisis Data	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Uji Reliabilitas	47
4.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	49
4.3. Uji Normalitas	63
4.4. Uji Multikolineritas	64
4.5. Uji Heteroskedastisitas	66
4.6. Uji Outlier	67
4.7. Uji Instrumen Validitas	69
4.8. Uji Reabilitas	70
4.9. Uji Regresi	71

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

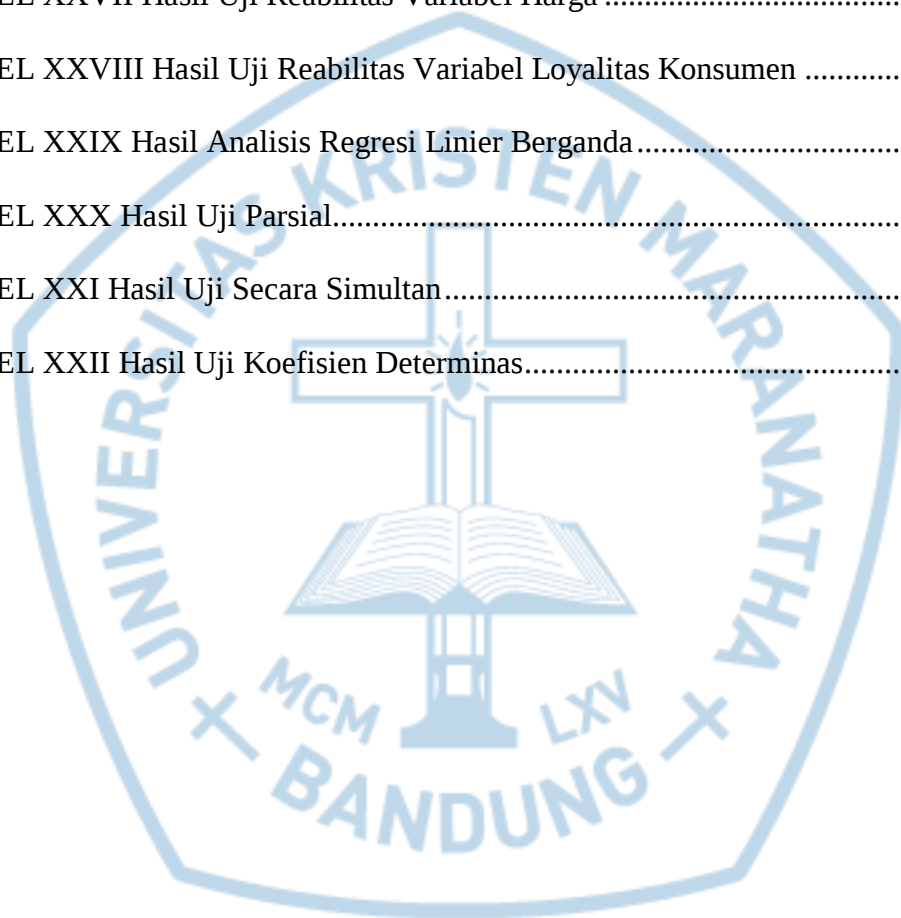
5.1. Simpulan.....	80
5.2. Implikasi Manajerial	81
5.3. Saran.....	81
 DAFTAR PUSTAKA	82
DAFTAR TABEL.....	84
DAFTAR GAMBAR.....	85
DAFTAR LAMPIRAN.....	86



Daftar Tabel

TABEL I Top Product Maybelline New York	8
TABEL II Penelitian Terdahulu.....	25
TABEL III Definisi Operasional Variabel.....	35
TABEL IV Skala Likert.....	40
TABEL V Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
TABEL VI Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya	48
TABEL VII Produk Maybelline Sudah di Kenali Oleh Konsumen	50
TABEL VIII Kualitas Produk Maybelline Sesuai Dengan Harganya	51
TABEL IX Produk Maybelline Menggunakan Bahan Yang Aman	52
TABEL X Produk Maybelline Cukup Mudah di Temukan di Toko Strategis	53
TABEL XI Ketahanan Produk Maybelline Sesuai Dengan Keinginan Masyarakat....	55
TABEL XII Harga Maybelline Sesuai Dengan Kemampuan Daya Beli.....	56
TABEL XIII Produk Maybelline Mengadakan Promo Buy 1 Get 1	57
TABEL XIV Harga Maybelline Dapat Bersaing Dengan Produk Lain.....	59
TABEL XV Konsumen Tidak Ragu Membeli Produk Maybelline.....	60
TABEL XVI Konsumen Merekomendasikan Maybelline Kepada Orang Lain	61
TABEL XVII Konsumen Akan Membeli Maybelline Secara Berulang	62
TABEL XVIII Konsumen Akan Tetap Membeli Walaupun Harganya Mahal	64
TABEL XIX Hasil Uji Normalitas	66
TABEL XX Tabel Uji Heterokedastisitas	68
TABEL XXI Hasil Uji Multikolinearitas	69

TABEL XXII Hasil Uji Outlier	71
TABEL XXIII Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	73
TABEL XXIV Hasil Uji Validitas Variabel Harga	74
TABEL XXV Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen	74
TABEL XXVI Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk	75
TABEL XXVII Hasil Uji Reabilitas Variabel Harga	76
TABEL XXVIII Hasil Uji Reabilitas Variabel Loyalitas Konsumen	77
TABEL XXIX Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	78
TABEL XXX Hasil Uji Parsial	80
TABEL XXI Hasil Uji Secara Simultan	82
TABEL XXII Hasil Uji Koefisien Determinasi	83



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 Kerangka Teoritis.....	23
GAMBAR 2 Kerangka Pemikiran	24
GAMBAR 3 Model Penelitian.....	31



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner	87
LAMPIRAN 2 SPSS.....	88
LAMPIRAN 3 Jurnal.....	89

