

ABSTRAK

Pada penelitian ini dirumuskan masalah sebagai berikut : (1) Apakah promosi, kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan oleh-oleh Umrah Dan Haji di PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya? (2) Apakah promosi, kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan oleh-oleh Umrah Dan Haji di PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya?, (3) Variabel mana diantara variabel promosi, kualitas produk dan harga berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan oleh-oleh Umrah Dan Haji di PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya?. Untuk menjawab permasalahan diatas digunakan metode penelitian berikut : (1) lokasi penelitian dilakukan di pusat oleh-oleh Umrah Dan Haji di PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya; (2) Sample yang diambil sebanyak 90 responden dan metode sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*; (3) identifikasi variabel yaitu untuk dependen variabel (Y) loyalitas pelanggan, dan independen variabel (X) terdiri dari promosi, kualitas produk dan harga; (4) skala pengukuran menggunakan skala likert; dan (5) metode analisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian (1) promosi, kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan oleh-oleh Umrah dan Haji di PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya; (2) promosi, kualitas produk, dan harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan oleh-oleh Umrah dan Haji di PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya (3) harga berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan oleh-oleh Umrah dan Haji di PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya.

Kata-kata kunci : promosi, kualitas produk, harga dan loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

In this study the problem was formulated as follows: (1) whether promotion, product quality and price have an effect on simultaneously on customer loyalty of Umrah and Hajj gifts at PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya? (2) whether promotion, product quality and price have a partial effect on customer loyalty of Umrah and Hajj gifts at PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya? (3) Which variables among the promotion, product quality and price have a dominant influence on customer loyalty of Umrah and Hajj gifts at PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya?. To answer the above problems, the following research methods are used: (1) the location of the study was conducted at PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya; (2) Samples taken as many as 90 respondents and the sampling method used is accidental sampling; (3) identification of variables namely for variable dependent (Y) customer loyalty, and independent variable (X) consisting of promotion, product quality and price; (4) scale of measurement using a Likert scale; and (5) analytical methods using multiple linear regression analysis. The results of the study (1) promotion, product quality and price simultaneously influence customer loyalty of Umrah and Hajj gifts at PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya; (2) promotion, product quality and price partially influence the customer loyalty of Umrah and Hajj gifts at PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya (3) the price has a dominant effect on customer loyalty of Umrah and Hajj gifts at PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya.

Key words : promotion, product quality, price and customer loyalty.