

ABSTRAK

Sumanto, Andini Erlyana. 2017. Skripsi. **“Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Shampo Pantene pada PT. Borwita Citra Prima Kota Probolinggo”** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Tujuan Penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi secara simultan terhadap loyalitas pelanggan shampo Pantene pada PT. Borwita Citra Prima Kota Probolinggo. 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi secara simultan terhadap loyalitas pelanggan shampo Pantene pada PT. Borwita Citra Prima Kota Probolinggo. 3) Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan antara kualitas produk dan promosi terhadap loyalitas pelanggan shampo Pantene pada PT. Borwita Citra Prima Kota Probolinggo.

Peneliti menggunakan analisis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal dan mengambil sampel dari 120 responden, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik pengambilan sampel menggunakan *proportionate stratified random sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji kuesioner yang terdiri dari Uji Validitas, dan Uji Reliabilitas, Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi, analisis Regresi Berganda, analisis determinasi, dan pengujian hipotesis yang terdiri dari Uji F, Uji t dan uji dominan.

Hasil penelitian Uji Validitas menunjukkan seluruh item pertanyaan valid yaitu diatas 0.150 dan hasil penelitian Uji Reliabilitas menunjukkan hasil yang Reliabel yaitu diatas 0.60. Uji normalitas menunjukkan data terdistribusi normal, uji multikolonieritas menunjukkan tidak terjadi multikolonieritas, uji heterokedastisitas menunjukkan tidak terjadi heterokedastisitas dan uji autokorelasi tidak terjadi autokorelasi. Analisis Determinasi diperoleh angka r^2 (*R Square*) sebesar 0.195, menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel kualitas produk dan promosi terhadap variabel loyalitas pelanggan sebesar 19.5%. Uji F menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($14.144 > 3.07$) (sig. $0.000 < 0.05$). Uji kualitas produk (X_1) terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan berpengaruh secara parsial dengan $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($3.463 \geq 1.981$) (sig. $0.001 \leq 0,05$). Uji Promosi (X_2) terhadap kepercayaan menunjukkan berpengaruh secara parsial dengan $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($2.832 \geq 1.981$) (sig. $0.005 \leq 0,05$).

Kata kunci : Kualitas Produk, Promosi dan Loyalitas.

ABSTRACT

Sumanto, Andini Erlyana. 2017. Thesis. "*The Effect of Product Quality and Promotion on Customer Loyalty of Pantene Shampoo at PT. Borwita Citra Prima Probolinggo City*" Management Studies Program, Faculty of Economics, Probolinggo Panca Marga University.

The purpose of this study are: 1) To determine the effect of product quality and promotion simultaneously to customer loyalty Pantene shampoo at PT. Borwita Citra Prima Probolinggo City. 2) To know the effect of product quality and promotion simultaneously to customer loyalty of Pantene shampoo at PT. Borwita Citra Prima Probolinggo City. 3) To know the variables that influence the dominant between product quality and promotion to the loyalty of customers Pantene shampoo at PT. Borwita Citra Prima Probolinggo City.

Researchers use quantitative research analysis with causal associative approach and take samples from 120 respondents, data collection methods using questionnaires and sampling techniques using proportionate stratified random sampling. The analytical tool used in this study is a questionnaire test consisting of Test Validity, and Test Reliability, Test the classical assumption consisting of normality test, multicolonierity test, heterokedastisitas test and autocorrelation test, multiple regression analysis, determination analysis, and hypothesis testing consisting from F test, t test and dominant test.

Validity Test results showed all valid question items that are above 0.150 and the results of Reliability Test showed a Reliable result that is above 0.60. Normality test showed normal distributed data, multicolonierity test showed no multicolonierity, heterokedastisitas test showed no heterokedastisitas and autocorrelation test did not happened autokorelasi. Determination Analysis r^2 (R Square) is obtained for 0.195, indicating that the contribution percentage of product quality variable and promotion variable to the customer loyalty variable is 19.5%. F test shows that the product quality variable and promotion variables simultaneously effect on loyalty (Y) with $F_{count} > F_{table}$ ($14.144 > 3.07$) (sig. 0.000 < 0.05). Product quality test (X_1) on loyalty showed partial effect with $t_{hitung} \geq t_{table}$ ($3.463 \geq 981$) (sig. 0.001 ≤ 0.05). Test of Promotion (X_2) to trust showed partial influence with $t_{count} (2.832 \geq 981)$ (sig. 0.005 ≤ 0.05).

Keywords: *Product Quality, Promotion and Loyalty.*