

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PRODUK AIR MINUM UDAKA DI KABUPATEN
KLUNGKUNG**

Ni Kadek Aris Widiantri, NIM 1617041037

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari harga dan promosi baik secara simultan maupun parsial terhadap loyalitas pelanggan produk air minum Udaka di Kabupaten Klungkung. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan pengambilan sampel didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yaitu: Konsumen yang melakukan pembelian air minum Udaka minimal tiga kali di Kabupaten Klungkung dan konsumen yang mengkonsumsi air minum Udaka. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang meliputi (1) Uji instrumen seperti uji validitas dan uji reliabilitas, (2) Uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas, (3) Uji regresi linier berganda seperti Uji F dan Uji t. Hasil dari penelitian ini adalah (1) Ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan dari harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan dengan sumbangan pengaruh sebesar (58%) serta pengaruh variabel lain sebesar 41,9%. (2) Ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial dari harga terhadap loyalitas pelanggan dengan sumbangan pengaruh sebesar 52,3%. (3) Ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial dari promosi terhadap loyalitas pelanggan dengan sumbangan pengaruh sebesar 59,6%.

Kata Kunci: harga, loyalitas pelanggan, promosi.

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PRODUK AIR MINUM UDAKA DI KABUPATEN
KLUNGKUNG**

Ni Kadek Aris Widiantari, NIM 1617041037

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

This research aims to examine price & promotions towards consumer loyalty of Udaka Brands. Purposive sampling was used to take the sample of this research in which it was based on several criteria, such as those who purchased Udaka drinking water at least 3 times and those who consume Udaka drinking water. The method of data collection was questionnaires. The gained data were analyzed quantitatively by using multiple linear regression including (1) instrument testing such as validity testing and reliability testing, (2) classic assumption test covering normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test, (3) multiple linear regression test, such as F- test and T-test. The results of this research are (1) there is a positive and significant effect simultaneously of price and promotion on the consumers' loyalty with the contribution of 58% and the effects of other variables with the contribution of 41.9%, (2) there is a positive and significant effect partially of the price on the consumers' loyalty with the contribution of 52.3%, (3) there is a positive and significant effect partially of the promotion on the consumers' loyalty with the contribution of 59.6%.

Keywords: price's, consumer's loyalty, promotions

UNDIKSHA