

**PENGARUH *POSITIONING*, KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN HARGA  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK UNILEVER  
DI INDOMARET KECAMATAN PASIRIAN  
KABUPATEN LUMAJANG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen



**ERLINA MEIRINDA**

**NIM.214121704**

**PROGRAM SARJANA STRATA 1  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
WIDYA GAMA LUMAJANG**

2018

**PENGARUH *POSITIONING*, KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN HARGA  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK UNILEVER  
DI INDOMARET KECAMATAN PASIRIAN  
KABUPATEN LUMAJANG**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *positioning*, kualitas produk, iklan dan harga berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan produk unilever di indomaret kecamatan pasirian lumajang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiasif yang bersifat kausal atau penelitian yang bersifatmenanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih dan bersifat sebab akibat. Sampel yang diambil adalah 50 responden. Teknik sampel yang digunakan adalah *Sampling Purposive*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *positioning* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan iklan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk unilever di indomaret kecamatan pasirian lumajang, sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk unilever di indomaret kecamatan pasirian lumajang. Secara simultan *positioning*, kualitas produk, iklan dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk unilever di indomaret kecamatan pasirian lumajang. Fungsi linier regresi berganda yang dihasilkan  $Y = 4,476 + 0,203X_1 + 0,306X_2 + 0,325X_3 + (-0,223)X_4 + e$ . Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 33,6% loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu *positioning*, kualitas produk, iklan dan harga, sedangkan sisanya yaitu 66,4% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti *positioning*, kualitas produk, iklan dan harga sebagai factor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, sedangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya pada periode dan layanan internet yang berbeda.

**Kata Kunci: *Positioning*, Kualitas Produk, Iklan, Harga dan Loyalitas Pelanggan.**

**PENGARUH *POSITIONING*, KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN HARGA  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK UNILEVER  
DI INDOMARET KECAMATAN PASIRIAN  
KABUPATEN LUMAJANG**

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the positioning, product quality, advertising and price significantly influence both partially and simultaneously to customer loyalty Unilever product in indomaret subdistrict pasirian lumajang. This research is a quantitative research by looking for a causal associative relationship or a research that is asking about the relationship between two or more variables and causality. The sample taken is 50 respondents. The sample technique used is Purposive Sampling.*

*The results of this study indicate that partially positioning significantly influence customer loyalty, product quality significantly influence customer loyalty and advertisement have a significant effect on customer loyalty of unilever product in indomaret subdistrict pasirian lumajang, while price does not have significant influence to customer loyalty of unilever product in indomaret subdistrict lumajang. Simultaneously positioning, product quality, advertisement and price have a significant effect to customer loyalty of unilever product in indomaret subdistrict pasirian lumajang. Multiple regression linear function generated  $Y = 4,476 + 0,203X1 + 0,306X2 + 0,325X3 + (-0,223) X4 + e$ . The result of determination coefficient shows that 33,6% customer loyalty can be explained by independent variable that is positioning, product quality, advertisement and price, while the rest is 66,4% customer loyalty influenced by other variable not examined in this research.*

*The limitation of this research is to examine the positioning, product quality, advertisement and price as factors affecting customer loyalty, while other variables that can influence customer loyalty are expected to be examined by next researcher in different period and internet service.*

**Keywords: *Positioning, Product Quality, Advertising, Price and Customer Loyalty.***