

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA SERTA PROMOSI  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
(Studi pada UD. Tahu Kaisar di Kabupaten Lumajang)**

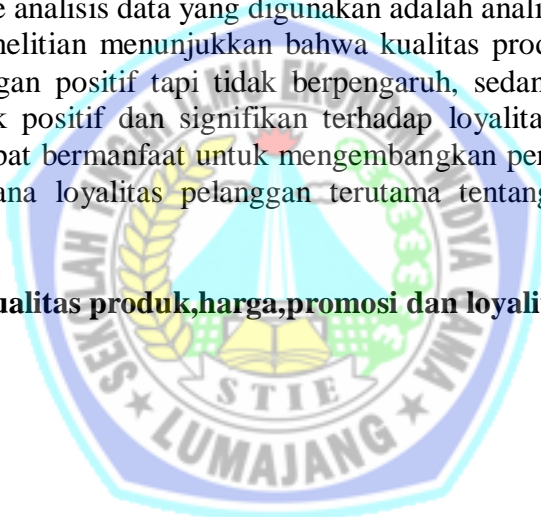
**ABSTRAK**

Studi ini fokus pada upaya menentukan hal terpenting dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan UD. Tahu Kaisar di kabupaten Lumajang. Dengan mengadopsi pendekatan perilaku pelanggan, penelitian ini menginvestigasi pengaruh kualitas produk dan harga serta promosi terhadap loyalitas pelanggan tahu di UD. Tahu Kaisar di Kabupaten Lumajang.

Dengan menggunakan metode *sampling* kuota, sebanyak 40 responden dipilih sebagai partisipan dalam penelitian ini. Data dikumpulkan dengan mendistribusikan kuesioner yang dikembangkan terdiri dari 12 indikator menggunakan skala likert 1 sampai 5. Tingkat validitas dan konsistensi internal (reliabilitas) telah terkonfirmasi dengan kriteria yang baik. Sehingga dapat dikatakan bahwa model secara empiris tervalidasi dengan baik berdasarkan data persepsi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan positif tapi tidak berpengaruh, sedangkan variabel promosi mempunyai efek positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Implikasi dari studi ini dapat bermanfaat untuk mengembangkan perspektif yang lebih baik tentang bagaimana loyalitas pelanggan terutama tentang produk yang berupa makanan.

**Kata Kunci : kualitas produk, harga, promosi dan loyalitas pelanggan**



**EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE AND PROMOTION TO  
CUSTOMER LOYALTY  
(Studies on UD. know emperor in lumajang district)**

**ABSTRACT**

*This study focuses on determining the most important thing in influencing UD customer loyalty. Know the Emperor in Lumajang district. By adopting a customer behavior approach, this study investigates the effect of product quality and price as well as promotion on customer know loyalty in UD. Know the Emperor in Lumajang County.*

*Using the quota sampling method, 40 respondents were selected as participants in this study. Data were collected by distributing questionnaires developed consisting of 12 indicators using likert scale 1 to 5. Level of validity and internal consistency (reliability) has been confirmed with good criteria. So it can be said that the model is empirically validated well based on perceptual data. Data analysis method used is multiple regression analysis.*

*The research findings show that product quality and price to customer loyalty are positive but no effect, while promotion variable has positive and significant effect to customer loyalty. The implications of this study can be useful for developing a better perspective on how customer loyalty is primarily about food products.*

***Keywords: product quality, price, promotion and customer loyalty.***

