

ABSTRAK

Yeni Yuliana Sari, 1620310051, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Hijab Novie di Kecamatan Jepara Kabupaten Jepara).

Perkembangan usaha di kota jepara terus berkembang, salah satunya yaitu usaha hijab, hal tersebut tentunya menyebabkan semakin tingginya persaingan. Untuk itu, untuk bisa meembangkan dan mempertahankan usaha hijab tentunya harus memperhatikan berbagai aspek, misalnya seperti kualitas produk, konsumen akan memiliki harapan mengenai bagaimana produk tersebut seharusnya berfungsi (*performance expectation*). Selain itu juga bisa dilihat dari harga yang ditawarkan, penetapan harga sebagai elemen bauran pemasaran yang akan menentukan posisi produk di suatu pasar. Lalu promosi juga merupakan hal yang diperhatikan konsumen, dalam manajemen pemasaran dikatakan bahwa promosi merupakan ujung tombak kegiatan bisnis suatu produk dalam rangka menjangkau pasar sasaran dan menjual produk tersebut. Peneliti ingin menguji Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Hijab Novie di Kecamatan Jepara Kabupaten Jepara). Jenis penelitian yang dilakukan adalah *Field Research* dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 responden yang merupakan pelanggan hijab Novie Jepara. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner yang berisi 20 butir pernyataan-pernyataan yang disesuaikan dengan variabel-variabel yang akan diteliti dan sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Alat analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan promosi mampu menjelaskan sebesar 35,5 persen variasi yang terjadi dalam variabel loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, begitu juga dengan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dan promosi juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Harga, Promosi, Loyalitas Pelanggan.*