

**Analisis Faktor-Faktor Harga, Promosi Dan Loyalitas Terhadap Kepuasan
Konsumen Sepeda Motor Honda Di Surakarta**

Debora Imania Kristi

2016 514 455

debora_imania@gmail.com

ABSTRAKS

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memberikan bukti secara empiris pengaruh harga, promosi dan loyalitas terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Honda di Surakarta. Dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan *Purposive Sampling*. Data dikumpulkan dengan cara membuat kuesioner mengenai Kepuasan Konsumen, Harga, Promosi dan Loyalitas. Data hasil penelitian dianalisis dengan teknik uji t, uji F, dan regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa Harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Harga, Promosi dan Loyalitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Uji determinasi (R^2) diperoleh hasil nilai Adjusted R square sebesar 0,924. Hal ini berarti bahwa variabel Harga, Promosi dan Loyalitas pengaruhnya sebesar 92,4% terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya 7,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, misalnya kualitas pelayanan, kualitas produk dan lokasi.

Kata kunci : Kepuasan Konsumen, Harga, Promosi dan Loyalitas.

***Analysis Of Price, Promotion Factors And Loyalty To Honda Motorcycle
Consumer Satisfaction In Surakarta***

Debora Imania Kristi

2016 514 455

debora_imania@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze and provide empirical evidence of the effect of price, promotion and loyalty on consumer satisfaction of Honda motorcycles in Surakarta. With a total sample of 100 respondents. Sampling is done by Purposive Sampling. Data is collected by making a questionnaire regarding Consumer Satisfaction, Price, Promotion and Loyalty. The research data were analyzed by t-test, F-test and multiple linear regression techniques. The analysis shows that Price has a negative and not significant effect on Consumer Satisfaction. Promotion has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. Loyalty has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. Price, Promotion and Loyalty together have a significant effect on Consumer Satisfaction. Determination test (R^2) obtained the result of Adjusted R square value of 0.924. This means that the variable Price, Promotion and Loyalty influence 92.4% on consumer satisfaction while the remaining 7.6% is influenced by other variables not examined in this study, for example service quality, product quality and location.

Keywords: Consumer Satisfaction, Price, Promotion and Loyalty.