

Judul Penelitian : Pengaruh Persepsi Harga, Cita Rasa, dan Promosi terhadap Loyalitas Konsumen di Kober Mie Setan Kediri

Nama Pembimbing I : Dr. Ir. Moh. Saleh Udin., M.M

Nama Pembimbing II : Rafikhein Novia A, SE.,M.M

Nama Mahasiswa : Sinta Wahyu Roef Siskaroh
Mardyanningsih

NPM : 18.13021.0278

Abstraksi

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menjelaskan Pengaruh Persepsi Harga, Cita Rasa, dan Promosi terhadap Loyalitas Konsumen di Kober Mie Setan.

Variabel dalam penelitian ini adalah Persepsi Harga (X1), Cita Rasa (X2), Promosi (X3), dan Loyalitas Konsumen (Y). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner atau angket pada konsumen Kober Mie Setan Kediri. Pada penelitian ini memiliki populasi sejumlah 350 responden serta sampel sejumlah 187 responden dengan teknik analisa uji instrumen, uji prasyarat analisis, dan pengujian hipotesis diharapkan dapat menjawab empat rumusan masalah dalam penelitian ini. Analisa dikerjakan dengan *Software SPSS for Windows versi 25*.

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa: 1) Persepsi Harga (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) di Kober Mie Setan; 2) Cita Rasa (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) di Kober Mie Setan; 3) Promosi (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) di Kober Mie Setan; Persepsi Harga (X1), Cita Rasa (X2), dan Promosi (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) di Kober Mie Setan.

Kata Kunci : persepsi harga, cita rasa, promosi, loyalitas konsumen