

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

**(Survey pada pelanggan PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di
Wilayah Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta**

HIMADA ARIA PUTRA

NIM : 141130115

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta

Himada.aria19@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel citra merek, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan serta mengetahui pengaruh simultan variabel citra merek, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan. Sampel dalam penelitian ini yaitu pelanggan PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) yang telah melakukan transaksi sebanyak 2 kali atau lebih dan sedang berada di outlet JNE Sleman. Jumlah responden sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa secara parsial variabel citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan tingkat koefisien 0,147 dan nilai probabilitas sebesar 0,000, variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan tingkat koefisien 0,263 dan nilai probabilitas sebesar 0,000, variabel promosi berpengaruh positif signifikan dengan loyalitas pelanggan dengan tingkat koefisien 0,178 dan nilai probabilitas sebesar 0,000. Penelitian ini juga menemukan bahwa secara simultan variabel citra merek, harga, dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai F hitung sebesar 49,938 dan probabilitas sebesar 0,000.

Kata Kunci : *Citra Merek, Harga, Promosi, Loyalitas Pelanggan*