



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PASTA GIGI FORMULA**

**(Studi Pada Konsumen Pasta Gigi Formula Usia > 15 Tahun di Kelurahan Bulusan
dan Tembalang, Kecamatan Tembalang)**

Skripsi

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

Nama : Aprilia Pravianti Salim

NIM : 14020213120011

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2018

HALAMAN PERNYATAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Aprilia Pravianti Salim

NIM : 14020213120011

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

(Studi pada Pelanggan Pasta Gigi Formula usia >15tahun di Kelurahan

Bulusan dan Tembalang, Kecamatan Tembalang)

Adalah benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, Maret 2018
Pembuat Pernyataan,

Aprilia Pravianti Salim
14020213120011

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Pasta Gigi Formula usia >15tahun di Kelurahan Bulusan dan Tembalang, Kecamatan Tembalang)**

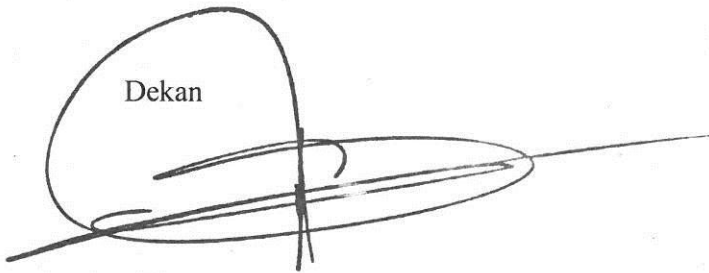
Nama Penyusun : **Aprilia Pravianti Salim**

Departemen : **Administrasi Bisnis**

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I

Semarang, Maret 2018

Wakil Dekan I Bidang Akademis

Dekan


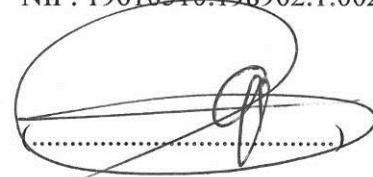
Dr. Sunarto, M.Si
NIP: 19660727.199203.1.001



Dr. Hedi Pudjo Santoso, M.Si
NIP: 19610510.198902.1.002

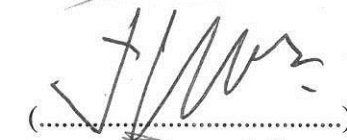
Dosen Pembimbing:

1. Drs. Agus Hermani DS, MM
NIP: 19570807.198511.1.001

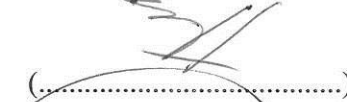


Dosen Penguji:

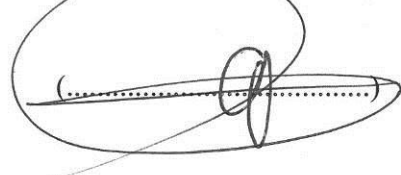
1. Dr. Hari Susanta, S.Sos, Msi
NIP: 19700303.199412.1.001



2. Dra. Sri Suryoko, Msi
NIP: 19570807.198511.1.001



3. Drs. Agus Hermani DS, MM
NIP: 19570807.198511.1.001



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Man Jadda Wajada

Siapa bersungguh-sungguh pasti berhasil

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orangtuaku tersayang, Mama Tririyanti dan Papa Avip Salim. Terimakasih atas segala support lahir dan batin selama ini. Atas doa, kesabaran, serta motivasi dari mama dan papa aku bisa menyelesaikan skripsi ini.. Untuk adikku M. Adi Prawira terimakasih atas supportnya selama ini untuk segera menyelesaikan kuliah.
2. Keluarga tante Inda Danila dan Om Iwan Pandjiwinata terimakasih untuk supportnya selama ini. Semoga dibalas Allah swt, aamiin.
3. Keluarga besar eyang Pratikto Adi. Terimakasih atas doa dan supportnya yang selalu diberikan selama ini.
4. Seluruh dosen Administrasi Bisnis FISIP Undip, terima kasih untuk ilmu dan pengajaran yang luas.
5. Keluarga HMJ Administrasi Bisnis. Terutama keluarga EKOBIS, terimakasih atas pengalaman-pengalaman berharganya, *see you on top!*
6. Teman-temanku Martha, Fena, Wanti, Zulva, Vani serta anak kelas 10 2013 lainnya. Teman-teman KKN Kecamatan Dawe, Kudus terutama pos Krajan (Ulfa, Galuh, Opungku Christine, Suting, Jafri), dan sahabatku sejak SMA (Putri, Akmal, Desya, Anisatul, Tifal, Fida)
7. Seluruh keluarga besar Administrasi Bisnis angkatan 2013, terimakasih atas pengalamannya semoga kesuksesan menyertai kita semua.
8. Dan teman-teman serta saudara yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih atas doa dan dukungannya.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya kepada saya sehingga saya berhasil menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Pelanggan Pasta Gigi Formula berusia >15tahun di Kelurahan Bulusan dan Tembalang, di Kecamatan Semarang)”.

Skripsi ini berisikan tentang informasi bagaimana pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Skripsi ini baik secara moral maupun spiritual maka dalam kesempatan ini penulis ini ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Sunarto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
2. Bulan Prabawani, S.sos, MM, Ph.D, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
3. Drs. Agus Hermani DS, MM selaku Dosen Pembimbing atas waktu dan bantuan serta kesabaran dalam membimbing pembuatan skripsi ini.
4. Dr. Hari Susanta, S.Sos, Msi selaku Dosen Penguji, atas waktu dan pemikiran untuk skripsi ini untuk menguji skripsi ini.
5. Dra. Sri Suryoko, Msi selaku Dosen Wali, atas bantuan dan bersedia meluangkan waktu untuk menguji skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah mendidik dan membekali ilmu pengetahuan.
7. Pihak Kelurahan Bulusan dan Tembalang, terimakasih atas bantuannya selama proses pengerjaan skripsi.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa-doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Diharapkan Skripsi ini dapat memberikan informasi dan referensi kepada kita semua tentang penelitian yang dilakukan. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu saya harapkan demi kesempurnaan Skripsi ini. Akhir kata, saya sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang berperan serta dalam penyusunan Skripsi ini dari awal sampai akhir. Semoga Tuhan selalu beserta kita.

Semarang, Maret 2018

Aprilia Pravianti Salim

ABSTRAK

Pasta gigi Formula sebagai produk pertama produksi PT Orang Tua telah menjadi andalan keluarga Indonesia, untuk menjaga kesehatan gigi dan mulut. Namun, di tengah persaingan produk pasta gigi saat ini, banyak dijumpai tingkat loyalitas pelanggan rendah seperti tidak selalu membeli pasta gigi Formula, tidak ingin berlangganan, keinginan untuk beralih ke merek lain, dan tidak bersedia merekomendasikan kepada produk. Hal tersebut didiuga dikarenakan harga yang dianggap mahal dan kualitas produk yang dinilai buruk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pasta gigi Formula. Tipe penelitian ini adalah merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*), dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling purposive*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 112 responden yang merupakan pelanggan pasta gigi Formula berusia >15 tahun di kelurahan Bulusan dan Tembalang, Kecamatan Tembalang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui kuesioner.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kuantitatif menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, analisis regresi sederhana dan berganda, koefisien determinasi, uji signifikansi, dan diuji menggunakan SPSS for Windows.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk masing-masing memiliki pengaruh yang signifikan, dan positif terhadap loyalitas pelanggan. Dua variabel telah diuji secara bertahap maupun bersama-sama menunjukkan bahwa variabel harga (0,277) dan kualitas produk (0,391) secara simultan memiliki hubungan yang pada tingkat sedang terhadap variabel loyalitas pelanggan. Besarnya sumbangan yang dimiliki oleh variabel kualitas produk lebih besar dari besaran sumbangan variabel harga, nilai koefisien determinasi (R^2) untuk variabel harga sebesar 7,7% dan kualitas produk sebesar 17,2% .

Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan maka saran dari peneliti adalah, pasta gigi Formula sebaiknya tetap mempertahankan harga yang terjangkau bagi pelanggannya

Untuk meningkatkan loyalitas produk maka saran dari peneliti adalah, perlu adanya peningkatan kualitas produk seperti ciri khas pasta gigi yang ditingkatkan, peningkatan fungsi sehingga mampu menyelesaikan permasalahan gigi dan mulut pelanggan lebih cepat dan tepat, dan kesegaran mulut yang lebih lama setelah memakai pasta gigi.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Toothpaste Formula as the first product produced by PT Orang Tua has become the mainstay of Indonesian family, to maintain oral health. However, in the midst of today's toothpaste competition, there are many low customer loyalty levels like not always buying Formula toothpaste, not subscribing, wanting to switch to another brand, and unwilling to recommend to the product. This is expected because the price is considered expensive and the quality of the product is considered poor.

This study aims to determine the effect of price variables and product quality on customer loyalty toothpaste Formula. This type of research is an explanatory research, with sampling technique using purposive sampling technique. The sample in this study amounted to 112 respondents who are customers of Formula > 15 years old toothpaste in Bulusan and Tembalang, Tembalang District. Data collection techniques in this study through questionnaires.

This research uses qualitative and quantitative analysis techniques. Quantitative analysis uses validity test, reliability test, correlation coefficient, simple and multiple regression analysis, determination coefficient, significance test, and tested using SPSS for Windows.

The results of this study indicate that the variable price and product quality each have a significant influence, and positive on customer loyalty. Two variables have been tested in stages and together show that the price variable (0,277) and product quality (0.391) simultaneously have a moderate relationship to customer loyalty variables. The amount of contribution owned by the variable of product quality is greater than the amount of the variable price contribution, the coefficient of determination (R²) for the price variable is 7.7% and the product quality is 17.2%.

To improve customer loyalty, the researcher's suggestion is, Formula toothpaste should still maintain an affordable price for its customers

To improve product loyalty, the researcher's suggestion is, it is necessary to improve product quality such as enhanced toothpaste, improved function so that it can solve the problem of tooth and mouth of customer more quickly and precisely, and longer mouth freshness after using toothpaste.

Keywords :price, quality of product, customer loyalty.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PENGERSAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi

BAB 1

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	14
1.5 Kerangka Teori/ Konsep	14
1.5.1 Harga	14
1.5.1.1 Arti Penting Harga	14
1.5.2 Kualitas Produk.....	19
1.5.2.1 Arti Penting Kualitas Produk	19
1.5.3 Loyalitas Pelanggan	21
1.5.3.1 Arti Penting Loyalitas Pelanggan.....	21
1.5.4 Hubungan antar variabel	23
1.5.4.1 Hubungan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	23
1.5.4.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	24
1.5.4.3 Hubungan antara Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	24

1.6 Hipotesis.....	25
1.7 Definisi Konseptual.....	26
1.7.1 Harga	27
1.7.2 Kualitas Produk.....	26
1.7.3 Loyalitas Pelanggan	27
1.8 Definisi Operasional.....	27
1.8.1 Harga.....	27
1.8.2 Kualitas Produk.....	28
1.8.3 Loyalitas Pelanggan	28
1.9 Metode Penelitian.....	28
1.9.1 Tipe Penelitian	29
1.9.2 Populasi dan Sampel	29
1.9.2.1 Populasi.....	29
1.9.2.2 Sampel.....	30
1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	30
1.9.4 Jenis dan Sumber Data	31
1.9.4.1 Jenis Data	31
1.9.4.2 Sumber Data.....	31
1.9.5 Skala Pengukuran.....	32
1.9.6 Teknik Pengambilan Data	33
1.9.7 Instrumen Penelitian.....	34
1.9.8 Metode Pengolahan Data	34
1.9.9 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	35
1.9.10 Uji Validitas Data.....	36
1.9.11 Uji Reliabilitas	36

1.10 Teknik Analisis Data.....	37
1.10.1 Analisis Kualitatif	37
1.10.2 Analisis Kuantitatif	37
1.10.2.1 Koefisien Korelasi.....	37
1.10.2.3 Koefisien Determinasi.....	38
1.10.2.4 Pengujian Hipotesis	39
1.10.2.4 Uji Signifikansi (t).....	39
1.10.2.4.2 Uji F	40
BAB 2	
2.1 Gambaran Umum PT. Orang Tua	42
2.1. Visi dan Misi PT. Orang Tua	44
2.1.3.1 Visi Perusahaan.....	44
2.1.3.2 Misi Perusahaan	44
2.1.4 Nilai Perusahaan.....	45
2.1.5 Logo PT Orang Tua dan FORMULA	46
2.2 Gambaran Umum Produk Pasta Gigi Formula	46
2.2.1 Sejarah Pasta Gigi Formula.....	46
2.2.2 Jenis Produk Pasta Gigi.....	47
2.2.3 Jenis Produk Tambahan	49
2.2.3.1 <i>Mouthwash</i>	49
2.2.3.2 Sikat Gigi.....	49
2.3 Gambaran Umum Wilayah Kelurahan Bulusan dan Tembalang, Kecamatan Tembalang.....	50
2.3.1 Peta Kecamatan Tembalang	50
2.3.2 Keadaan Geografis	50

2.3.3 Keadaan Demografi	51
2.3.3 Keadaan Ekonomi	52
2.3.4 Keadaan Sosial Budaya	54
2.3.4.1 Aspek Pendidikan	54
2.3.4.2 Kesehatan	56
2.4 Gambaran Identitas Responden.....	57
2.4.1 Identitas Responden Berdasarkan Lokasi Tinggal	58
2.4.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
2.4.3 Identitas Responden Berdasarkan Status Pernikahan	59
2.4.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
2.4.5 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran/bulan	61
2.4.6 Identitas Responden Berdasarkan Umur	62
2.4.7 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk	62
2.4.8 Merek Pasta Gigi yang Paling Diingat.....	63

BAB 3

3.1 Uji Validitas	65
3.2 Uji Reliabilitas	69
3.3 Variabel Harga	70
3.3.1 Kesesuaian harga pasta gigi Formula dengan manfaat yang diterima konsumen.....	71
3.3.2 Perbandingan Harga Pasta Gigi Formula dengan Harga Pasta Gigi Merek Lain.....	72
3.3.3 Keterjangkauan Harga Pasta Gigi Formula.....	73
3.3.4 Kualitas Kemasan Pasta Gigi Formula dengan Harga yang Ditawarkan.....	74
3.3.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga.....	75

3.3.6 Kategorisasi Variabel Harga	76
3.4 Variabel Kualitas Produk	79
3.4.1 Kesesuaian dengan Fungsi Pasta Gigi Formula	80
3.4.2 Ciri khas Pasta gigi Formula	80
3.4.3 Ketahanan Rasa Segar Pasta Gigi Formula.....	81
3.4.4 Kualitas Kemasan Pasta Gigi Formula	82
3.4.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk.....	84
3.4.6 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk	85
3.5 Variabel Loyalitas Pelanggan	87
3.5.1 Keinginan Untuk Melakukan Pembelian Ulang Pasta Gigi Formula	87
3.5.2 Kesetiaan untuk Tetap Menjadi Pelanggan Pasta Gigi Formula di Masa Mendatang.....	88
3.5.3 Kemampuan Mengenali Pasta Gigi Formula diantara Pasta Gigi lainnya.....	89
3.5.4 Keinginan Untuk Menggunakan Pasta Gigi Merek Lain.....	90
3.5.5 Keinginan untuk membeli pasta gigi Formula ketika ada produk pesaing	92
3.5.6 Keinginan Untuk Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain	93
3.5.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan.....	94
3.5.8 Kategorisasi Variabel Loyalitas Pelanggan	96
3.6 Analisis Data	98
3.6.1 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	98
3.6.1.1 Koefisien Korelasi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	99
3.6.1.2 Koefisien Regresi Sederhana Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	99

3.6.1.3 Uji t Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	101
3.6.1.4 Koefisien Determinasi.....	102
3.6.2 Pengaruh Kualitas Produk dan Loyalitas Pelanggan	102
3.6.2.1 Koefisien Korelasi Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	102
3.6.2.2 Koefisien Regresi Sederhana Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	103
3.6.2.3 Uji t Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	104
3.6.2.4 Koefisien Determinasi.....	106
3.6.3 Pengaruh Harga, Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	106
3.6.3.1 Koefisien Korelasi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	107
3.6.3.2 Koefisien Regresi Sederhana Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	106
3.6.3.3 Uji F	109
3.6.3.4 Koefisien Determinasi.....	110
3.7 Pembahasan.....	111
BAB 4	
4.1 Kesimpulan	115
4.2 Saran.....	118

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Top Brand index Kategori Pasta Gigi tahun 2014-2017	9
Tabel 1.2 Perbandingan Harga dan Variasi Produk Pasta Gigi Formula dengan Pepsodent	10
Tabel 1.3 Data Distribusi dan Penjualan Pasta Gigi Formula Kecamatan Tembalang	11

Tabel 1.4 Interpretasi Koefisien Korelasi	38
Tabel 2.1 Banyak KK dan Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kelurahan Bulusan dan Tembalang, Kecamatan Tembalang	51
Tabel 2.2 Rata-rata Jiwa Per KK Kelurahan Bulusan dan Tembalang	52
Tabel 2.3 Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Kelurahan Tembalang dan Bulusan	53
Tabel 2.4 Jumlah Pasar, Toko, Kios dan Warung di Kelurahan Bulusan dan Tembalang	54
Tabel 2.5 Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan	55
Tabel 2.6 Jumlah Sekolah dan Perguruan Tinggi	56
Tabel 2.7 Jumlah Sarana Kesehatan/Tenaga Medis.....	57
Tabel 2.8 Identitas Responden Berdasarkan Lokasi Tinggal.....	58
Tabel 2.9 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 2.10 Identitas Responden Berdasarkan Status Pernikahan	60
Tabel 2.11 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 2.12 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran/bulan.....	61
Tabel 2.13 Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	62
Tabel 2.14 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk	63
Tabel 2. 15 3 Merek Pasta Gigi yang Paling Diingat	63
Tabel 3.1 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1).....	66
Tabel 3.2 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)	67
Tabel 3.3 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel loyalitas Pelanggan (Y)	68
Tabel 3.4 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 3.5 Kesesuaian harga pasta gigi Formula dengan manfaat yang diterima oleh konsumen.....	71
Tabel 3.6 Perbandingan Harga Pasta Gigi Formula dengan Harga Pasta Gigi Merek Lain	72

Tabel 3.7 Keterjangkauan Harga Pasta Gigi Formula	73
Tabel 3.8 Kualitas Kemasan Pasta Gigi Formula dengan Harga yang ditawarkan.....	74
Tabel 3.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga (X1)	75
Tabel 3. 10 Kategorisasi Variabel Harga	78
Tabel 3.11 Kesesuaian dengan Fungsi Pasta Gigi Formula.....	80
Tabel 3.12 Ciri khas Pasta Gigi Formula	81
Tabel 3.13 Ketahanan Rasa Segar Pasta Gigi Formula.....	82
Tabel 3.14 Kualitas Kemasan Pasta Gigi Formula	83
Tabel 3.15 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk (X2).....	84
Tabel 3. 16 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk.....	86
Tabel 3.17 Keinginan Untuk Melakukan Pembelian Ulang Pasta Gigi Formula	88
Tabel 3.18 Kesetiaan untuk Tetap Menjadi Pelanggan Pasta Gigi Formula di Masa Mendatang	89
Tabel 3.19 Kemampuan Mengenali Pasta Gigi Formula diantara Pasta Gigi lainnya.....	90
Tabel 3.20 Keinginan Untuk Menggunakan Pasta Gigi Merek Lain.....	91
Tabel 3.21 Keinginan untuk membeli pasta gigi Formula ketika ada produk pesaing.....	92
Tabel 3. 22 Keinginan Untuk Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain .	93
Tabel 3.23 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan	95
Tabel 3. 24 Kategorisasi Variabel Loyalitas Pelanggan	98
Tabel 3.25 Koefisien Korelasi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	99
Tabel 3. 26 Hasil Regresi Linear Sederhana Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	100

Tabel 3.27 Koefisien Korelasi Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	103
Tabel 3. 28 Hasil Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	103
Tabel 3.29 Koefisien Korelasi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	107
Tabel 3.30 Hasil Regresi Linear Sederhana Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	108
Tabel 3.31 Uji F	109

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Skema Hipotesis	26
Gambar 3.1 Kurva Uji t hipotesis 1 (two tail).....	101
Gambar 3.2 Kurva Uji t hipotesis 2 (two tail).....	105
Gambar 3.3 Hasil Uji F hipotesis 3 (one tail)	110