

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh Utari Nur Cahyani (30401210646), Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung, dibawah bimbingan Ibu Dra. Sri Ayuni, M.Si, dengan judul **“Peningkatan Loyalitas Konsumen Melalui Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Layanan Purna Jual (Studi Kasus pada konsumen Mobil Toyota Avanza PT Nasmoco Gombel Semarang)”**.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan layanan purna jual terhadap loyalitas konsumen terhadap keputusan pembelian di PT Nasmoco Gombel Semarang. Variabel tersebut selanjutnya akan diteliti untuk meningkatkan keputusan pembelian dan loyalitas konsumen.

Metode yang digunakan oleh penulis adalah metode deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kels peristiwa pada masa sekarang. Penulis menyebarkan kuesioner pada 100 responden yang memutuskan untuk membeli mobil Toyota Avanza dan konsumen mobil Toyota Avanza yang melakukan service di PT Nasmoco Gombel Semarang.

Berdasarkan hasil penelitan dapat diketahui bahwa adanya pengaruh langsung antara harga, layanan purna jual dan keputusan pembelian terhadap loyalitas konsumen. Dan adanya pengaruh tidak langsung antara kualitas produk dan promosi terhadap loyalitas konsumen yaitu keputusan pembelian sebagai variabel intervening.

Kata Kunci : kualitas produk, harga, promosi, layanan purna jual, keputusan pembelian, loyalitas konsumen

ABSTRACT

This thesis is composed by Utari Nur Cahyani (30401210646), Department of Management Faculty of Economy Sultan Agung Islamic University, under the guidance of Mrs. Dra. Sri Ayuni, M.Si, entitled "Consumer Loyalty Through Improved Quality Product, Price, Promotion and Sales Service (Case Study on consumers Toyota Avanza PT Nasmoco Gombel Semarang)".

The purpose of this study was to analyze the effect of product quality, price, promotion and after-sales service to customer loyalty to purchasing decisions in PT Nasmoco Gombel Semarang. The variable will then be examined to improve purchasing decisions and customer loyalty.

The method used by the writer is descriptive method is a method in researching the status of human groups, an object, a system of thought or a kels events in the present. Writer distributing questionnaires to 100 respondents who decide to buy Toyota Avanza and Toyota Avanza customer who perform service in PT Nasmoco Gombel Semarang.

Based on the results of the research can be seen that the direct influence of the price, after-sales service and purchasing decisions on consumer loyalty. And their indirect influence between product quality and promotion of consumer loyalty is the purchase decision as an intervening variable.

Keywords: *quality of product, price, promotion, after-sales service, purchasing decisions, customer loyalty*