

## ABSTRAK

Perkembangan dunia saat ini berjalan dengan pesat, yang menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat. Kondisi persaingan yang ketat juga dialami oleh perusahaan sepeda motor Honda termasuk untuk produk Honda Scoopy. Maka untuk menjamin tercapainya tujuan perusahaan yaitu mendapatkan laba dan menjaga keberlangsungan hidup perusahaan, Honda dituntut untuk mampu menciptakan konsumen yang loyal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, *Brand Image*, harga, dan promosi terhadap loyalitas produk Honda Scoopy. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2015-2016 yang masih aktif yaitu sebanyak 616 orang. Jumlah sampel ditentukan sebanyak 86 orang dan diambil dengan menggunakan purposive sampling. Untuk analisis data, penulis menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat dinyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas produk Honda Scoopy. *Brand image* berpengaruh terhadap loyalitas produk Honda Scoopy. Harga berpengaruh terhadap loyalitas produk Honda Scoopy. Promosi berpengaruh terhadap loyalitas produk Honda Scoopy.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Brand Image, Harga, Promosi, dan Loyalitas Konsumen



## **ABSTRACT**

*Today's world development is progressing rapidly, which creates an increasingly fierce competition. The tight competition conditions were also experienced by Honda motorcycle companies including Honda Scoopy products. So to ensure the achievement of the company's goals of earning profits and maintaining the survival of the company, Honda is required to be able to create loyal consumers. This study aims to analyze the effect of product quality, brand image, price, and promotion on Honda Scoopy product loyalty. The data used in this study are primary data obtained through questionnaires. The populations in this study were students of Muhamadiyah Jember University in the class of 2015-2016 who were still active at 616 people. The number of samples was determined by 86 people and was taken using purposive sampling. For data analysis, the authors used multiple linear regression analysis. Based on the results of hypothesis testing it can be stated that product quality has an effect on Honda Scoopy product loyalty. Brand image affects the loyalty of Honda Scoopy products. Price affects the loyalty of Honda Scoopy products. Promotion affects the loyalty of Honda Scoopy products.*

**Keywords:** *Product Quality, Brand Image, Price, Promotion and Consumer Loyalty*

