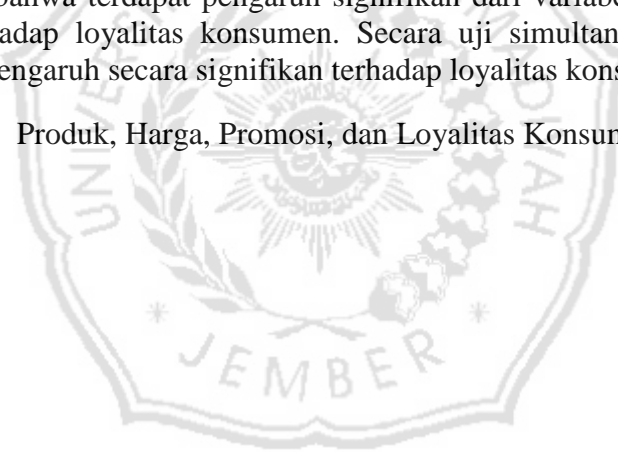


ABSTRAK

Penelitian dengan judul Pengaruh *Product Private Label Brands* sebagai alternatif meraih loyalitas konsumen pada perusahaan ritel, bertujuan untuk menganalisis Produk *Product Private Labels Brands* Indomaret, harga dari *Product Private Labels Brands* Indomaret dan promosi dari *Product Private Labels Brands* Indomaret secara parsial. Dan untuk mengetahui Produk *Product Private Labels Brands* Indomaret, harga dari *Product Private Labels Brands* Indomaret dan promosi dari *Product Private Labels Brands* Indomaret secara simultan. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Indomaret Kec wonosari, Indomaret Kec Kapuran dan Indomaret Kec Kapuran. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian *Product Private Label Brands* sebanyak lebih dari dua kali dan peneliti mengambil sampel sebanyak 96 konsumen. Metode pengambilan sampel yang digunakan berdasarkan teknik non probability yaitu *purposive sampling* dimana sampel dipilih secara sengaja dan metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil analisis regresi berganda menggunakan uji t menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel produk, harga dan promosi terhadap loyalitas konsumen. Secara uji simultan produk, harga dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Produk, Harga, Promosi, dan Loyalitas Konsumen



ABSTRACT

The research titled Influence of Product Private Label Brands as an alternative to achieve consumer loyalty in retail company, aims to analyze Product Product Labels Indomaret Private Labels, price of Product Private Labels Brands Indomaret and promotion of Indomaret Indomaret Private Product Labels Brands partially. And to know Product Product Private Labels Brands Indomaret, the price of Product Private Labels Brands Indomaret and promotion of Product Private Labels Brands Indomaret simultaneously. The data used in this study are primary data obtained through the distribution of questionnaires to consumers Indomaret Kec Wonosari, Indomaret Kec Kapuran and Indomaret Kec Kapuran. As for the population in this study are consumers who have made purchases of Product Private Label Brands more than twice and the researchers took a sample of 96 consumers. Sampling method used based on non-probability technique is purposive sampling where the sample is chosen intentionally and the method of analysis used is multiple linear regression analysis. The result of multiple regression analysis using t test indicates that there is significant influence from product variable, price and promotion to consumer loyalty. Simultaneous test of product, price and promotion significantly influence to consumer loyalty.

Keywords: *Product, Price, Promotion, and Consumer Loyalty*

