

PENGARUH HARGA, KOMUNIKASI PEMASARAN DAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SPAREPART MEREK ASPIRA PADA PT CALISPO MULTI UTAMA MEDAN

Cyndy Melliani Pratiwi¹, Purnama Yanti Purba², James Han's³ Stevent Tanadi⁴
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia^{1,2,3,4}
Email: purnama.js@gmail.com

ABSTRAK/ ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh menguji dan menganalisis pengaruh Harga, Komunikasi Pemasaran dan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Sparepart Merek Aspira pada PT Calispo Multi Utama Medan. Fenomena penurunan jumlah pelanggan, harga yang belum optimal, komunikasi pemasaran yang belum memuaskan dan merek yang kurang baik menarik melatarbelakangi penelitian ini. Metode penelitian adalah pendekatan kuantitatif, jenis penelitian ini deskriptif kuantitatif dan sifat penelitian ini adalah deskriptif *explanatory*. Metode analisis data adalah analisis regresi linear berganda. Teknik pengumpulan sampel yaitu *simple random sampling*. Sampel penelitian adalah 106 pelanggan. Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,581 > 1, 983$ dan signifikan yang diperoleh $0,011 < 0,05$, berarti yaitu secara parsial Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Sparepart Merek Aspira pada PT Calispo Multi Utama Medan. Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,937 > 1, 983$ dan signifikan yang diperoleh $0,000 < 0,05$, berarti secara parsial Komunikasi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Sparepart Merek Aspira pada PT Calispo Multi Utama Medan. Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,737 > 1,983$ dan signifikan yang diperoleh $0,000 < 0,05$, berarti secara parsial Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Sparepart Merek Aspira pada PT Calispo Multi Utama Medan. Hasil pengujian diperoleh nilai $F_{hitung} (25,019) > F_{tabel} (2,69)$ dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti secara simultan Harga, Komunikasi Pemasaran dan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Sparepart Merek Aspira pada PT Calispo Multi Utama Medan

Kata Kunci: Harga, Komunikasi Pemasaran, Merek, Loyalitas Pelanggan

This study aims to test and analyze the influence of the test and analyze the influence of Price, Marketing Communication and Brand Loyalty Customers Spare parts Brand Aspira on PT Calispo Multi Utama Medan. The phenomenon of decrease in the amount of the customer, the price is not optimal, marketing communication has not been satisfactory and brands that are less well interesting background of this research. The research method is quantitative approach, type of research is descriptive and quantitative nature of this research is descriptive explanatory. Methods of data analysis is multiple linear regression analysis. Sample collection techniques, namely simple random sampling. The research sample is 106 customer. The calculation results of testing the hypothesis partially values obtained $t_{count} > t_{table}$ or $2,581 > 1, 983$ and obtained significant $0,011 < 0,05$, it means that partial Price has positive and significant effect on Customer Loyalty Spare parts Brand Aspira on PT Calispo Multi Utama Medan. The calculation results of testing the hypothesis partially values obtained $t_{count} > t_{table}$ or $3,937 > 1, 983$ and obtained significant $0,000 < 0,05$, meaning the partially Marketing Communication has positive and significant effect on Customer Loyalty Spare parts Brand Aspira on PT Calispo Multi Utama Medan. The calculation results of testing the hypothesis partially values obtained $t_{count} > t_{table}$ or $3,737 > 1,983$ and obtained significant $0,000 < 0,05$, means the partial Brand has positive and significant effect on Customer Loyalty Spare parts Brand Aspira on PT Calispo Multi Utama Medan. The test results obtained value of $F_{count} (25,019) > F_{table} (2,69)$ and the probability of significance of $0,000 < 0,05$, mean simultaneous Pricing, Marketing Communication and Brand has positive and significant effect on Customer Loyalty Spare parts Brand Aspira on PT Calispo Multi Utama Medan

Keywords: Price, Marketing Communication, Brand, Customer Loyalty