

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN TELKOMSEL PADA MAHASISWA PRODI
MANAJEMEN DI UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA**

Rosinta Romauli Situmeang¹

Eci Maria Romanasari Situmorang²

Ivan Setiawan³

Putri Ananda Br Haloho⁴

Esti Agustina Br Sinulingga⁵

Gratia Angelia Sinuraya⁶

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia, Medan

Email : ecimaria1@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dengan pendekatan Kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, serta kualitas produk yang ditawarkan oleh Operator Telkomsel terhadap loyalitas pada mahasiswa Manajemen di Universitas Prima Indonesia. Populasi dari penelitian ini adalah sebanyak 582 mahasiswa Prodi Manajemen Semester Ganjil di Universitas Prima Indonesia dan sampel sebanyak 100 responden dengan metode Purposive Sampling yang telah memenuhi syarat. Penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Berganda dengan bantuan SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Harga, Promo, serta Kualitas Produk berpengaruh positif searah dengan peningkatan Loyalitas Pelanggan.

Kata kunci : harga, promo, kualitas produk, loyalitas pelanggan