

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap loyalitas konsumen pengguna Shopee di Fakultas Hukum Universitas Prima Indonesia. Pengumpulan data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner menggunakan skala Likert, teknik analisis linear multiple regression dipilih dengan benar untuk digunakan sebagai dasar pengujian hipotesis dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan pada prinsipnya regression linear berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan tidak bebas, seberapa besar variabel tidak bebas mempengaruhi variabel independen sehingga pada akhirnya dapat ditentukan juga apakah ada hubungan positif dan signifikan antara variabel yang diteliti. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Prima Indonesia), dengan nilai signifikan sebesar 0,036, Terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel Harga terhadap Loyalitas Konsumen Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Hukum, Universitas Prima Indonesia), dengan nilai signifikan sebesar 0,022, Terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel-variabel Promosi yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Prima Indonesia), dengan nilai signifikan sebesar 0,001, yaitu variabel independen Kualitas Produk, Harga, dan Promosi mempengaruhi variabel non-bebas Loyalitas Konsumen sebesar 52,9% sedangkan sisanya 47,1% (100% - 52,9%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kepuasan konsumen, layanan admin toko kepada konsumen dan sebagainya.

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