

ABSTRAK

Rodiah Pratiwi, NIM 7183343007. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna Aplikasi Shopee Mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi UNIMED 2019. Skripsi, Jurusan Ekonomi, Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan 2022.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah rendahnya tingkat promosi dan harga terhadap loyalitas konsumen pengguna aplikasi Shopee pada mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis 2019 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan harga terhadap loyalitas konsumen pada pengguna Aplikasi Shopee mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis 2019 FE UNIMED. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 52 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria responden merupakan pengguna aplikasi Shopee. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 38 mahasiswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan dokumentasi dan angket (kuesioner) dengan pilihan jawaban menggunakan skala *likert*.

Hasil analisis data menunjukkan besarnya kontribusi antara variabel bebas terhadap variabel terikat yang diperoleh melalui perhitungan koefisien determinasi (R Square) yaitu sebesar 0,449 atau dengan kata lain nilai koefisien determinasinya adalah 44,9%. Nilai tersebut berarti bahwa variabel promosi (X1) dan harga (X2) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 44,9% terhadap loyalitas konsumen (Y) pada pengguna Shopee mahasiswa prodi Pendidikan Bisnis 2019, sedangkan 55,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa promosi dan harga merupakan faktor penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen dalam suatu perusahaan. Promosi yang menarik dengan berbagai penawaran yang diberikan kepada konsumen, akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Begitu juga dengan harga, karena harga dapat memberikan daya tarik konsumen terhadap suatu barang, dan sesuai dengan manfaat yang dirasakan hal ini tentunya akan memberikan tingkat kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Rodiah Pratiwi. NIM 7183343007. The Effect of Promotion and Price on Consumer Loyalty on Shopee Application Users Students of Business Education Study Program, Faculty of Economics, UNIMED 2019. Thesis, Department of Economics, Business Education Study Program, Faculty of Economics, State University of Medan 2022.

The problem in this study is the low level of promotion and price on consumer loyalty using the Shopee application for students of the 2019 Business Education Study Program, Faculty of Economics, Medan State University. This study aims to determine the effect of promotions and prices on consumer loyalty to Shopee Application users for 2019 FE UNIMED Business Education Study Program students. The population in this study amounted to 52 students. The sampling technique used in this study was using a purposive sampling technique with the criteria of respondents being Shopee application users. So the number of samples in this study was 38 students. The data collection technique used in this research is documentation and questionnaire (questionnaire) with answer choices using a Likert scale.

The results of data analysis indicate the magnitude of the contribution of the independent variables to the dependent variable obtained through the calculation of the coefficient of determination (R Square), which is equal to 0.449 or in other words, the value of the coefficient of determination is 44.9%. This value means that the promotion variable (X1) and price (X2) contribute an influence of 44.9% on consumer loyalty (Y) on Shopee users, students of the 2019 Business Education study program, while the remaining 55.1% is influenced by other variables not examined in this research. This study shows that promotion and price are important factors in increasing consumer loyalty in a company. Attractive promotions with various offers given to consumers, will encourage consumers to make repeat purchases. Likewise with prices, because prices can provide consumer attraction for an item, and according to the perceived benefits, this will certainly provide a level of customer loyalty to the company.

Keywords: Promotion, Price, Consumer Loyalty