

**ANALISIS HUBUNGAN PERSEPSI KONSUMEN PADA APLIKASI
BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(CARREFOUR HYPERMARKET LEBAK BULUS)**

Oleh
ANGRIYANI HUTAPEA

Abstract

This study aims to determine and prove the significant influence of the marketing mix (product, price, place and promotion) on consumer loyalty Carrefour Lebak fleeced. By using multiple regression analysis. Sample was taken from the students of UPN "VETERAN JAKARTA" because the object under study ever or often berebelanja in Carrefour Lebak Bulus so it deserves to be investigated. By using SPSS 21. This study used a sample of 130 respondents, 30 and 100 research trials. The results showed that the product, price, place and promotion have strong relationships and positive impact on customer loyalty. The results achieved in this study is expected to be a material consideration for the company's progress and useful for writers as well as those reading this paper.

Keyword : Product , Price , Place, Promotion and Consumer Loyalty

**ANALISIS HUBUNGAN PERSEPSI KONSUMEN PADA APLIKASI
BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(CARREFOUR HYPERMARKET LEBAK BULUS)**

**Oleh
ANGRIYANI HUTAPEA**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh signifikan bauran pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi) terhadap loyalitas konsumen Carrefour Lebak bulus. Dengan menggunakan metode analisis regresi berganda. Sampel yang dilakukan diambil dari mahasiswa- mahasiswi UPN “ VETERAN JAKARTA” karena objek yang diteliti pernah atau sering berebelanja di Carrefour Lebak Bulus sehingga patut untuk diteliti. Dengan menggunakan SPSS 21. Sampel yang digunakan penelitian ini sebanyak 130 responden, 30 uji coba dan 100 penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, harga, tempat dan promosi memiliki hubungan yang kuat dan positif terhadap loyalitas konsumen. Hasil yang dicapai dalam penelitian ini diharapkan jadi bahan pertimbangan untuk kemajuan perusahaan dan bermanfaat bagi penulis maupun yang membaca penulisan ini.

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