

**PENGARUH HARGA, PELAYANAN, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PERMATA EMPAT FOTO &  
STUDIO LAMONGAN**

**Oleh :**  
**Windhita Nur Senjayani**  
**NIM. 17042077**

**<sup>1</sup>Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul  
Ulum Lamongan**

**<sup>2,3</sup>Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul  
Ulum Lamongan**

**ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, pelayanan, promosi, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan 4 variabel independent yaitu harga, pelayanan, promosi dan kualitas produk dengan menggunakan variabel dependent yaitu loyalitas pelanggan. Setelah melakukan penelitian lapangan dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner ke 100 pelanggan Permata Empat Foto & Studio Lamongan sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan probability sample. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t dan uji f, serta uji koefisien determinasi  $R^2$ . Berdasarkan hasil uji pengaruh parsial dengan uji t, menunjukkan 1) variabel harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai sig. 0,003 dan  $t_{hitung} \text{ harga} > t_{tabel}$  (3,018 > 1,661). 2) variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai sig. 0,000 dan  $t_{hitung} \text{ pelayanan} > t_{tabel}$  (3,870 > 1,661). 3) variabel promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai sig. 0,899 dan  $t_{hitung} \text{ promosi} < t_{tabel}$  (0,128 < 1,661). 4) variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai sig 0,001 dan  $t_{hitung} \text{ kualitas produk} > t_{tabel}$  (3,599 > 1,661). Berdasarkan nilai Adjusted R Square yaitu sebesar 0,470 yang artinya bahwa variasi dari semua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi dapat menerangkan variabel keputusan berkunjung wisatawan sebesar 47%, sedangkan sisanya sebesar 53% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.*

**Kata kunci :** harga, pelayanan, promosi, kualitas produk, dan loyalitas pelanggan.