

ABSTRAK

Bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan distribusi, yang di dalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran. loyalitas pelanggan adalah suatu komitmen pelanggan terhadap suatu merek, perusahaan, atau pemasok berdasarkan sifat yang positif dalam pembelian jangka panjang. Singkatnya, kesetiaan diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan, sedangkan kepuasan pelanggan tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan banyak keluhan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan sebagai jenis penelitian yang membuahkan penemuan-penemuan yang dapat diperoleh menggunakan metode yang berhubungan dengan statistik atau cara kuantifikasi lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial produk, harga, tempat dan promosi yang merupakan bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Secara Simultan produk, harga, promosi dan tempat berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Dengan pengaruh tersebut, dapat disarankan manajemen memperhatikan dan meningkatkan peran dari produk, harga, tempat dan promosi dalam perencanaan pemasaran perusahaan.

Kata kunci: bauran pemasaran, loyalitas pelanggan