

ABSTRAK

Dalam memasuki era persaingan global perusahaan memerlukan strategi yang tepat dan terarah agar dapat terus bertahan. Salah satu strategi yang menarik untuk diterapkan perusahaan adalah membangun customer loyalty, dimana perusahaan bukan saja mengutamakan aspek penjualan, tetapi juga mempertahankan pelanggan dengan cara menjalin hubungan kerjasama dan kepercayaan supaya tercipta kepuasan yang maksimal.

Namun membangun kesetiaan pelanggan bukanlah hal yang mudah, apalagi ditengah situasi krisis ekonomi yang berkepanjangan ini, konsumen masa kini semakin cerdas dan mereka dengan mudah berpindah dari merek yang satu ke merek yang lain, serta mengganti pilihan mereka. Hal inilah yang mendasari penulis untuk meneliti pengaruh product quality, service quality dan price terhadap customer loyalty pada distributor PT. 3M di daerah Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan kuesioner model tertutup sebagai teknik pengumpulan data dan didistribusikan sebanyak 50 eksemplar ke pihak dealer dan bengkel mobil di daerah Yogyakarta. Data yang diperoleh digunakan untuk mengukur hubungan independent variables berupa product quality, service quality dan price terhadap dependent variable : customer loyalty. Model statistik regresi linear berganda digunakan sebagai persamaan model peneliiian. Hasil penelitian menunjukkan hanya faktor price yang berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty.

Kata kunci : product quality, service quality, price, customer loyalty