

ABSTRAK

Mega Meira, 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan *Reward* Terhadap Loyalitas Mitra Di CV Sukahijab.

Dasar dari orientasi pemasaran yang dibentuk dengan baik adalah hubungan pelanggan yang kuat. Program loyalitas pelanggan yang dijalankan oleh perusahaan berbeda jenisnya tergantung pada jenis perusahaan dan sumber daya yang dimilikinya. CV Sukahijab menggunakan distribusi tidak langsung yaitu melalui perantara mitra yang terdiri dari distributor, agen, dan reseller. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan *reward* terhadap loyalitas mitra di CV Sukahijab.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mitra di CV Sukahijab Kota Tasikmalaya berjumlah 385 orang dengan sampel sebanyak 40 responden. Analisis data dan uji hipotesis yang digunakan: koefisien korelasi sederhana dan berganda, regresi linear sederhana dan berganda, koefisien determinasi (R^2), uji t serta Uji F.

Hasil Analisa data diperoleh: 1) H_{a1} : koefisien korelasi sederhana sebesar 0,521, regresi linear sederhana yaitu $Y = 2,797 + 0,281X_1$, R-square 27,1%, uji t berada pada tingkat signifikan $0,001 < 0,05$, berarti kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas mitra. 2) H_{a2} : koefisien korelasi sederhana sebesar 0,753, regresi linear sederhana yaitu $Y = 6,485 + 0,474X_2$, R-square 54,1%, uji t berada pada tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, berarti harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas mitra. 3) H_{a3} : koefisien korelasi sederhana sebesar 0,541, regresi linear sederhana yaitu $Y = 5,863 + 0,821X_3$, R-square 29,2%, uji t berada pada tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, berarti *reward* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas mitra. 4) H_{a4} : koefisien korelasi berganda sebesar 0,780, Regresi linear berganda yaitu $Y = -0,658 + 0,070 X_1 + 0,369 X_2 + 0,337 X_3$, R-square 60,9%, uji F berada pada tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, berarti kualitas produk, harga dan *reward* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas mitra.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan *reward* (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas mitra (Y) baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, *Reward*, Loyalitas Mitra.

ABSTRACT

Mega Meira, 2022. The Influence of Product Quality, Price And Reward to Partner Loyalty at CV Sukahijab.

The foundation of a well-formed marketing orientation is strong customer relationships. There are different types of customer loyalty programs used by companies depending on the type of company and the resources it has. CV Sukahijab uses indirect distribution channels through partner intermediaries consisting of distributors, agents, and resellers.. The purpose of this study is to determine the influence of product quality, price and reward on partner loyalty at CV Sukahijab.

This study uses a quantitative descriptive method. Data collection techniques through questionnaires. The population in this study were all partners at CV Sukahijab Tasikmalaya totaling 385 people with a sample of 40 respondents. Data analysis and hypothesis testing were used: simple and multiple correlation coefficients, simple and multiple linear regression, coefficient of determination (R^2), t test and F test.

The results of data analysis obtained: 1) H_{a1} : simple correlation coefficient of 0.521, simple linear regression that is $Y = 2.797 + 0.281X_1$, R-square 27.1%, t-test is at a significant level of $0.001 < 0.05$, it means that product quality has a positive and significant effect on partner loyalty. 2) H_{a2} : simple correlation coefficient is 0.753, simple linear regression is $Y = 6.485 + 0.474X_2$, R-square is 54.1%, t-test is at a significant level of $0.000 < 0.05$, it means that price has a positive and significant effect on partner loyalty. 3) H_{a3} : simple correlation coefficient is 0.541, simple linear regression is $Y = 5.863 + 0.821X_3$, R-square 29.2%, t-test is at a significant level of $0.000 < 0.05$, it means that reward has a positive and significant effect on partner loyalty. 4) H_{a4} : multiple correlation coefficient is 0.780, multiple linear regression is $Y = -0.658 + 0.070 X_1 + 0.369 X_2 + 0.337 X_3$, R-square 60.9%, F test is at the significant level $0.000 < 0.05$, it means that product quality, price and rewards has a positive and significant effect on partner loyalty.

The conclusion from the results of this study is that product quality (X_1), price (X_2) and reward (X_3) has have a positive and significant influence on partner loyalty (Y) partially or simultaneously.

Keywords: Product Quality, Price, Reward, Partner Loyalty.