

## INTISARI

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya usaha tour dan travel yang saat ini tumbuh berkembang semakin pesat. Sehingga muncul persaingan usaha yang sejenis yang menuntut perusahaan lebih kreatif dan memperhatikan pelayanan produk jasa untuk mempertahankan loyalitas konsumen. Salah satu cara untuk mempertahankan loyalitas konsumen yaitu dengan memperhatikan aspek bauran pemasaran dan citra merek dalam pelayanan jasa untuk mendapatkan loyalitas konsumen. Sehingga dapat dirumuskan bahwa berdasarkan citra merek, harga dan promosi memiliki hubungan terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa tour dan travel, ditengah persaingan usaha jasa tour dan travel sejenis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel citra merek, harga dan promosi terhadap terhadap loyalitas konsumen PT Roda Express Sukses Mandiri. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pria dan wanita yang menggunakan produk jasa PT Roda Express Sukses Mandiri. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner terhadap responden yang dijadikan sampel sebanyak 100 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji kelayakan model, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji signifikansi hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bauran pemasaran yang terdiri dari promosi, harga dan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen PT Roda Express Sukses Mandiri.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Loyalitas Konsumen.

## ABSTRACT

This research is motivated by tour and travel business which grows rapidly. Competition among similar businesses has arisen and it requires the company to be more creative and to notice service product in order to maintain customer loyalty. One of the ways to maintain customer loyalty is by regarding the marketing mix aspects and brand image in service to gain customer loyalty. It can be concluded that brand image, price, and promotion have a correlation to the customer loyalty of the user of tour and travel service, in the middle of competition similar tour and travel service business.

The purpose of this research to find out the influence of variables i.e. brand image, price, and promotion to the customer loyalty of PT Roda Express Sukses Mandiri. The population is all men and women who have ever used service product of PT Roda Express Sukses Mandiri. The data collection technique has been carried out by issuing questionnaires to the respondents and 100 people have been selected as samples. The analysis technique has been carried out by using validity test, reliability test, feasibility model test, classic assumption test, multiple linear regressions test, and hypothesis significance test.

The result of the research shows that marketing mix which consists of promotion, price, and brand image have positive and significant influence to the customer loyalty of PT Roda Express Sukses Mandiri.

**Keywords:** *Marketing Mix, Customer Loyalty*