

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap loyalitas konsumen pada produk kopi luwak white koffie di kota Lhokseumawe. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *Nonprobabilistic Sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah metode regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Kualitas produk (X₁) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen (Y) pada produk kopi luwak white koffie di kota Lhokseumawe. Hal ini menunjukkan Kualitas produk karyawan dengan baik dapat menumbuhkan Loyalitas konsumen pada produk, Harga (X₂) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen (Y) pada produk kopi luwak white koffie di kota Lhokseumawe, dan Promosi (X₃) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen (Y) pada produk kopi luwak white koffie di kota Lhokseumawe. Secara simultan, Kualitas produk (X₁), Produk (X₂) dan Promosi (X₃) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen (Y) pada produk kopi luwak white koffie di kota Lhokseumawe.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Loyalitas Konsumen.