

## ABSTRAK

Pada masa sekarang ini tingkat persaingan bisnis minuman teh botol ini semakin ketat saja, sehingga salah satu penyebab berhasil/tidaknya setiap usaha dapat dilihat difaktor pemasarannya. Demikian pula seperti yang dialami oleh teh botol Sosro yang bergerak dibidang manufaktur yaitu minuman penyegar dahaga. Untuk penelitian ini, penulis menyebarkan kuesioner 120 lembar di seluruh Wilayah Surabaya. Dimana, data yang diperoleh kemudian diolah dengan teori-teori dan metode pengujian yang relevan dan berkaitan dengan pokok permasalahan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh peranan produk, harga, promosi, distribusi terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Dengan uji t dan uji F. Dimana uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara serempak terhadap variabel terikat dengan jumlah responden sebanyak 120 orang. Dari perhitungan regresi dihasilkan  $Y: 0,291 + 0,360X_1 - 0,176X_2 + 0,348X_3 + 0,378X_4$ . Melalui hasil pengujian regresi linear berganda diatas, Hasil uji F dapat dibuktikan dari nilai F hitung (24.111) > F tabel (2,45). Selain itu, uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel produk, harga, promosi, distribusi secara parsial terhadap loyalitas pelanggan (Y). Dimana hasil perhitungan variabel produk dapat dibuktikan dengan hasil  $t_{hitung} (4,017) > t_{tabel} (1,980)$  yang berarti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Variabel harga dapat dibuktikan dengan hasil  $t_{hitung} (-1,836) < t_{tabel} (-1,980)$  yang berarti tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Variabel promosi dapat dibuktikan dengan hasil  $t_{hitung} (4,396) > t_{tabel} (1,980)$  yang berarti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan variabel distribusi dapat dibuktikan dengan hasil  $t_{hitung} (3,894) > t_{tabel} (1,980)$  yang berarti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.