**PENGARUH HARGA, JENIS PRODUK DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN TEH MAHKOTA DEWA**

**(Studi Kasus di PT. Salama Nusantara Kulon Progo)**

**INTISARI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel harga, produk dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, dan menentukan faktor yang paling dominan terhadap loyalitas konsumen teh mahkota dewa. Sasaran penelitian adalah konsumen produk perusahaan PT Salama Nusantara yang berada di wilayah Wates, Kulon Progo serta Sekitar D.I.Y. Variabel bebas yang digunakan yaitu harga, produk dan kepuasan konsumen. Sedangkan variabel terikatnya adalah loyalitas konsumen. Pengolahan data dilakukan dengan analisis deskriptif dan kuantitatif yang meliputi. Karakteristik responden, uji *crosstabs,* uji Chi-square, dan hubungan korelasi antara kedua variabel. Menggunakan software SPSS versi 16,0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen produk perusahaan PT Salama Nusantara adalah berusia dewasa dengan umur 36-55 tahun, tujuan membeli produk adalah untuk dikonsumsi sendiri, pembeli produk kebanyakan adalah pria, konsumen yang membeli produk sudah memiliki pekerjaan tetap, konsumen yang membeli produk tergolong dalam kalangan konsumen yang pendapatan menengah keatas, kemasan kotak 130 gram lebih disukai oleh konsumen, frekuensi pembelian konsumen rata-rata sebanyak 2-3 kali dalam sebulan, konsumen lebih tertarik membeli produk langsung ke tempat pembuatannya.

Harga, produk dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen teh mahkota dewa. Demikian pula harga, produk dan kepuasan konsumen mempunyai korelasi yang sangat signifikan terhadap loyalitas konsumen teh mahkota dewa. Faktor yang paling dominan terhadap loyalitas yaitu harga, memiliki nilai korelasi yang paling tinggi, yaitu sebesar 0,752. Dibandingkan kedua faktor lainnya, yaitu produk sebesar 0,662, dan kepuasan konsumen sebesar 0,628.

**Kata kunci** : Harga, Produk, Kepuasan konsumen, Loyalitas konsumen teh mahkota dewa.