

Abstrak

Analisis Pengaruh Diferensiasi dan Promosi Iklan Produk Sepatu Macbeth Terhadap Loyalitas Konsumen di Universitas Lampung (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh diferensiasi dan promosi Iklan produk sepatu Macbeth terhadap loyalitas konsumen. Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian yang bersifat *explanatory research*. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang menggunakan produk sepatu Macbeth dengan sampel empat puluh orang responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala *Likert*.

Hasil perhitungan hipotesis melalui uji t diperoleh t hitung untuk variabel diferensiasi lebih kecil dari t tabel, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka mengindikasikan bahwa secara parsial variabel diferensiasi berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil perhitungan hipotesis melalui uji t diperoleh t hitung untuk variabel promosi iklan dimana t hitung lebih besar dari t tabel, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka mengindikasikan bahwa secara parsial variabel promosi iklan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Untuk dapat mempertahankan konsumen produk sepatu Macbeth harus memperbaiki dan meningkatkan inovasi produk, khususnya untuk produk sepatu, agar dapat memberikan diferensiasi terhadap produknya dalam hal keunikan dan inovatif dalam mengkombinasi logo, desain, dan model dalam produknya. Sehingga dapat mendongkrak popularitas Macbeth dan menciptakan asosiasi produk yang memberikan kesan kebanggaan pada benak konsumen ketika menggunakan produk tersebut.

Kata kunci : Diferensiasi, Promosi Iklan.