

ABSTRAK

Pasar mie instan di Indonesia memang menggiurkan. Ketergantungan masyarakat Indonesia terhadap mie cepat saji ini cukup besar. Dalam hal ini juga memicu perusahaan-perusahaan mie instan untuk berkompetisi agar dapat meraih pangsa pasar dengan menawarkan produk-produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen, karena banyaknya persaingan maka Indomie mengalami penurunan penjualan. Untuk meningkatkan penjualan, Indomie melakukan pengembangan produk dengan mengeluarkan produk baru yaitu Indomie Rasa Cabe Ijo. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh preferensi dan harga terhadap sikap pelanggan dan terhadap loyalitas pelanggan produk Indomie Rasa Cabe Ijo di Semarang

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Populasi yang digunakan adalah masyarakat Kota Semarang yang suka mengkonsumsi Indomie rasa cabe ijo. Sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan metode *non random sampling* adalah dengan cara mengambil sampel di beberapa toko dan minimarket di Kota Semarang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pelanggan dan sikap pelanggan berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk Indomie Rasa Cabe Ijo di Semarang. Pada model 1, preferensi memberikan pengaruh yang paling besar kepada sikap pelanggan sebesar 0,648. Pada model 2, preferensi memberikan pengaruh yang paling besar kepada loyalitas pelanggan produk Indomie Rasa Cabe Ijo di Semarang sebesar 0,341.

Kata Kunci : Preferensi, Harga, Sikap Pelanggan, Loyalitas Pelanggan