

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA DENGAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Konsumen Susu Ultra Milk Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)**



Penyusun :

Fika Nadia Nurhasna

14030118140136

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2022

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI / TA*)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Fika Nadia Nurhasna
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030118140136
3. Tempat / Tanggal Lahir : Tangerang, 25 Maret 1999
4. Jurusan / Program Studi : S1 Administrasi Bisnis
5. Alamat : Griya Cendekia Blok L 14/14 RT/RW
006/006, Kec. Gunung Sindur, Kab. Bogor

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi/TA) yang saya tulis berjudul:

Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Konsumen Susu Ultra Milk Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 10 Agustus 2022

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197603302003122001

Pembuat Pernyataan,



Fika Nadia Nurhasna
NIM. 14030118140136

Ketua Program Studi



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197603302003122001

HALAMAN PENGESAHAN

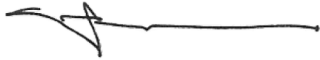
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dengan Keputusan Pembelian
Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi
Konsumen Susu Ultra Milk Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)
Nama Penyusun : Fika Nadia Nurhasna
NIM : 14030118140136
Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

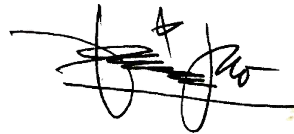
Semarang, 14 September 2022

Dekan

Wakil Dekan 1



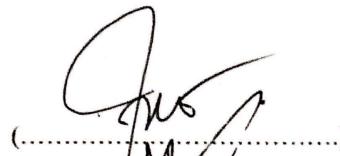
Dr. Drs. Hardi Warsosno, M.T.
NIP.19640827 199001 1 001



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 19690822199403 1 003

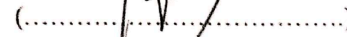
Dosen Pembimbing

Dr. Reni Shinta Dewi S.Sos.,M.Si



(.....)

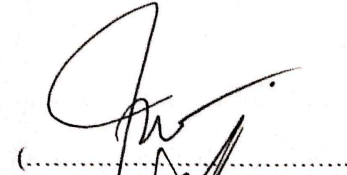
Dinalestari Purbawati S.E., M.Si Akt



(.....)

Dosen Penguji

Dr. Reni Shinta Dewi S.Sos.,M.Si



(.....)

Dinalestari Purbawati S.E., M.Si Akt



(.....)

Dr. Widiartanto S.Sos M.AB



(.....)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan berkat dan kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Konsumen Susu Ultra Milk pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)”**. Penulisan skripsi melibatkan banyak pihak yang telah membantu dengan dukungan yang tulus dan iikhlas, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pada kesempatan yang mulia ini, penulis ingin menyampaikan beberapa ucapa terima kasih kepada :

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
2. Dr. Widiartanto, S.Sos., M.AB, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan juga selaku Dosen Wali yang telah memberikan dorongan kepada penulis selama kuliah.
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis dan sekaligus Dosen Pembimbing 1 yang telah membantu dan membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dinalestari Purbawati S.E., MSI, Akt Selaku Dosen pembimbing 2 yang telah membimbing dan memberikan arahan dalam Menyusun skripsi ini.

5. Seluruh dosen pengajar Departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan bekal ilmu dan membimbing serta mengarahkan penulis sehingga dapat melakukan penulisan skripsi ini.
6. Seluruh responden atas kesediaannya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
7. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan di dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat yang nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 19 Agustus 2022

Penulis



Fika Nadia Nurhasna

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Kegunaan Penelitian.....	18
1.5 Kerangka Teori	19
1.5.1 Pemasaran	19
1.5.2 Perilaku Konsumen	19
1.5.3 Theory Reasoned Action.....	20
1.5.4 Loyalitas Konsumen.....	20
1.5.5 Kualitas Produk.....	22
1.5.6 Harga	24
1.5.7 Keputusan Pembelian.....	28
1.6 Pengaruh Antar Variabel Penelitian	29
1.6.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	29
1.6.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
1.6.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen.....	30
1.6.4 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen	31
1.6.5 Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Konsumen	31
1.6.6 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Keputusan Pembelian.....	31
1.6.7 Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Konsumen	32

1.6.8 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Keputusan Pembelian.....	32
1.6.9 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Keputusan Pembelian melalui Keputusan Pembelian.....	33
1.7 Penelitian Terdahulu.....	33
1.8 Hipotesis	38
1.9 Definisi Konseptual	39
1.9.1 Kualitas Produk.....	39
1.9.2 Harga	40
1.9.3 Keputusan Pembelian.....	40
1.9.4 Loyalitas Konsumen.....	40
1.10 Definisi Operasional.....	40
1.10.1 Kualitas Produk.....	41
1.10.2 Harga	42
1.10.3 Keputusan Pembelian.....	43
1.10.4 Loyalitas Konsumen.....	44
1.11 Metode Penelitian.....	44
1.11.1 Tipe Penelitian	45
1.11.2 Populasi dan Sampel	45
1.11.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	46
1.11.4 Jenis dan Sumber Data	46
1.11.5 Teknik Pengumpulan Data.....	47
1.11.6 Skala Pengukuran.....	48
1.11.7 Teknik Pengolahan Data	49
1.11.8 Instrumen Penelitian.....	49
1.11.9 Teknik Analisa Data.....	50
1.12 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	51
1.12.1 Uji Validitas	51
1.12.2 Uji Reliabilitas	51
1.12.2 Analisis Regresi Sederhana.....	52
1.13 Uji Asumsi Klasik	55
1.13.1 Uji Normalitas	55
1.13.2 Uji Multikolinearitas	55

1.13.3 Uji Heteroskedastisitas	56
1.14 Analisis Regresi Linear Berganda	56
1.15 Uji Godness of Fit.....	58
1.15.1 Uji F	58
1.15.2 Uji T	59
1.15.3 Koefisien Determinasi (R^2)	61
1.15.4 Analisis Jalur	61
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN IDENTITAS RESPONDEN	63
2.1 Profil PT Ultrajaya Milk Industry.....	63
2.2 Visi dan Misi PT Ultrajaya Milk Industry	63
2.3 Lokasi Perusahaan	64
2.4 Budaya Perusahaan.....	64
2.5 Logo dan Makna Logo	65
2.6 Struktur Organisasi.....	66
2.7 Job Description	67
2.8 Produk yang ditawarkan	75
2.9 Universitas Diponegoro Semarang.....	78
2.9.1 Sejarah Universitas Diponegoro	78
2.9.2 Visi dan Misi	80
2.9.3 Makna Logo Universitas Diponegoro.....	81
2.9.4 Fakultas dan Program Studi Universitas Diponegoro.....	83
2.10 Identitas Responden	85
2.10.1 Deskripsi Identitas Responden.....	85
2.10.2 Jenis Kelamin Responden	86
2.10.3 Umur Responden.....	87
2.10.4 Fakultas Responden	88
2.10.5 Penghasilan Per Bulan Responden.....	89
BAB III ANALISIS DAN INTERPRETASI HASIL PENELITIAN	90
3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	90
3.1.1 Uji Validitas	91
3.1.2 Uji Reliabilitas	93

3.2 Analisis Deskripsi Variabel.....	95
3.2.1 Variabel Kualitas Produk	95
3.2.3 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk	105
3.2.4 Variabel Harga	107
3.2.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga.....	111
3.2.6 Kategorisasi Variabel Harga	113
3.2.7 Membeli Susu Ultra Milk Sesuai Dengan Keinginan Karena Harga Dan Kualitas Produk Susu Ultra Milk Baik.....	115
3.2.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	118
3.2.9 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian	120
3.2.10 Rekapitulasi Variabel Loyalitas Konsumen.....	125
3.2.11 Kategorisasi Variabel Loyalitas Konsumen.....	127
3.3 Uji Regresi Linear Sederhana	129
3.3.1 Analisis Uji Regresi Sederhana Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen	129
3.3.2 Analisis Uji Regresi Sederhana Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	132
3.3.3 Analisis Uji Regresi Sederhana Harga terhadap Keputusan Pembelian	136
3.3.4 Analisis Uji Regresi Sederhana Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen	139
3.4 Uji Asumsi Klasik.....	141
3.4.1 Uji Normalitas	141
3.4.2 Uji Multikolonieritas	142
3.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	143
3.5 Uji Godness of Fit.....	144
3.5.1 Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F).....	144
3.5.2 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)	145
3.6 Analisis Determinasi (R^2).....	147
3.7 Path Analysis	148
3.8 Pembahasan	152
3.8.1 Hipotesis 1 Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	152
3.8.2 Hipotesis 2 Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	153

3.8.3 Hipotesis 3 Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	154
3.8.4 Hipotesis 4 Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	155
3.8.5 Hipotesis 5 Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Konsumen	155
3.8.6 Hipotesis 6 Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Keputusan Pembelian.....	156
3.8.7 Hipotesis 7 Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Keputusan Pembelian.....	157
BAB IV PENUTUP	158
4.1 Kesimpulan.....	158
4.2 Saran.....	160
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Susu Cair Dalam Kemasan 2020,2021	8
Tabel 1.2 Penjualan Produk Susu Ultra 2018-2019	10
Tabel 1.3 Perbandingan Harga dan Isi Susu Kemasan	11
Tabel 1.4 Hasil Mini Survey	14
Tabel 1.5 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 2.1 Fakultas dan Jurusan di Universitas Diponegoro.....	83
Tabel 2.2 Jenis Kelamin Responden	87
Tabel 2.3 Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	87
Tabel 2.4 Jumlah Responden	88
Tabel 2.5 Penghasilan Per Bulan Responden.....	89
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Kuesioner	92
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas	94
Tabel 3.3 Kualitas Yang Dimiliki Susu Ultra Milk Baik.....	96
Tabel 3.4 Susu Ultra Milk Produk Yang Terjaga Kesegarannya.....	97
Tabel 3.5 Packaging Yang Dimiliki Susu Ultra Milk Praktis	97
Tabel 3.6 Packaging Yang Dimiliki Susu Ultra Milk Aman	98
Tabel 3.7 Packaging Yang Dimiliki Susu Ultra Milk Mudah Digunakan	99
Tabel 3.8 Aroma Susu Ultra Milk Yang Khas.....	100
Tabel 3.9 Rasa Dari Susu Ultra Milk Khas.....	101
Tabel 3.10 Susu Ultra Milk Cocok Dengan Selera Konsumen.....	101
Tabel 3.11 Susu Ultra Milk Memiliki Banyak Varian Rasa	102
Tabel 3.12 Kemasan Antiseptic Susu Ultra Milk Baik	103
Tabel 3.13 Rekapitulasi Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk	104
Tabel 3.14 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk	107
Tabel 3.15 Keterjangkauan Harga Produk Susu Ultra Milk	107
Tabel 3.16 Kesesuaian Harga Susu Ultra Milk dengan Kualitas Produk	108
Tabel 3.17 Perbandingan Harga Susu Ultra Milk Dari Para Pesaingnya.....	110
Tabel 3.18 Kesesuaian Harga Susu Ultra Milk Dengan Manfaat	110
Tabel 3.19 Rekapitulasi Responden Mengenai Variabel Harga	111
Tabel 3.20 Kategorisasi Variabel Harga	114
Tabel 3.22 Kualitas Produk Susu Ultra Milk Baik Dibandingkan Dengan Produk Susu Merek Lain	115
Tabel 3.23 Melakukan pembelian produk Susu Ultra Milk Secara Terus Menerus Atau Berulang	116
Tabel 3.24 Membeli Susu Ultra Milk Lebih Dari Satu Varian Rasa Dengan Sekali Pembelian.....	117
Tabel 3.25 Kemudahan cara pembayaran produk Susu Ultra Milk ketika pembelian	118
Tabel 3.26 Rekapitulasi Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.

Tabel 3.27 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	122
Tabel 3.28 Kesiediaan Melakukan Pembelian Ulang Susu Ultra Milk Di Masa Yang Akan Datang.....	122
Tabel 3.29 Menjadikan Susu Ultra Milk sebagai pilihan utama.....	123
Tabel 3.30 Kesiediaan Konsumen Memilih Susu Ultra Milk dari pada Susu Merek Lain	124
Tabel 3.31 Kesiediaan Konsumen Untuk Merekomendasikan Susu Ultra Milk Kepada Orang Lain	124
Tabel 3.32 Rekapitulasi Responden Mengenai Variabel Loyalitas Konsumen	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.33 Kategorisasi Variabel Loyalitas Konsumen.....	129
Tabel 3.34 Hasil Koefisien Determinasi Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen	129
Tabel 3.35 Hasil Uji Nilai Signifikan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen	130
Tabel 3.36 Hasil Koefisien Regresi Sederhana Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen	131
Tabel 3.37 Hasil Koefisien Determinasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	132
Tabel 3.38 Hasil Uji Nilai Signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	132
Tabel 3.39 Hasil Koefisien Regresi Sederhana Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	133
Tabel 3.40 Analisis Uji Regresi Sederhana Harga terhadap Loyalitas Konsumen	134
Tabel 3.41 Hasil Uji Nilai Signifikan Harga terhadap Loyalitas Konsumen.....	135
Tabel 3.42 Hasil Koefisien Regresi Sederhana Harga terhadap Loyalitas Konsumen	135
Tabel 3.43 Hasil Koefisien Determinasi Harga terhadap Keputusan Pembelian	136
Tabel 3.44 Hasil Uji Nilai Signifikan Harga terhadap Keputusan Pembelian....	137
Tabel 3.45 Hasil Koefisien Regresi Sederhana Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	138
Tabel 3.46 Hasil Koefisien Determinasi Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen	139
Tabel 3.47 Hasil Uji Nilai Signifikan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen	139
Tabel 3.48 Hasil Koefisien Regresi Sederhana Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Konsumen.....	140
Tabel 3.49 Hasil Uji Normalitas	142
Tabel 3.50 Hasil Uji Multikolinearitas.....	142
Tabel 3.51 Hasil Uji F (Model 1).....	144
Tabel 3.52 Hasil Uji F (Model 2).....	144

Tabel 3.53 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial Kualitas Produk,Harga dan Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Konsumen	146
Tabel 3.54 Hasil Analisis Determinasi.....	147

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Produksi Susu Segar Indonesia 2013-2020.....	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Penyedia Akomodasi dan Makan Minum Tahunan.....	7
Gambar 1.3 Hipotesis Penelitian.....	39
Gambar 1.4 Kurva Uji F.....	59
Gambar 1.5 Kurva Uji T	61
Gambar 2.1 Logo Susu Ultra Milk.....	65
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Ultrajaya Industri.....	67
Gambar 2.3 Susu Ultra Milk Full Cream	77
Gambar 2.4 Ultra Susu Kental Manis	77
Gambar 2.5 Ultra Mimi Kids	78
Gambar 2.6 Logo Universitas Diponegoro	81
Gambar 3.1 Uji Heterskedtisitatis	143
Gambar 3.2 Hasil Uji Analisis Jalur	149
Gambar 3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumeen Melalui Keputusan Pembelian.....	151
Gambar 3.4 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Keputusan Pembelian.....	151

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN**

(Studi Konsumen Susu Ultra Milk Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)

ABSTRAK

Bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang terus berkembang pesat salah satu bisnis kuliner yang sangat berkembang pesat yaitu bisnis susu cair segar dalam kemasan. Susu Ultra Milk adalah pelopor pertama susu cair dengan teknologi UHT dan dikemas dengan packagingg antiseptic. Berdasarkan data penjualan Susu Ultra Milk menunjukkan penjualan yang fluktuaktif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga dengan keputusan pembelian terhadap loyalitas konsumen susu Ultra Milk pada Mahasiswa Universitas Diponegoro. Tipe penelitian yang digunakan adalah *purposive sampling* dan sampel yang diambil sebanyak 100 konsumen. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan uji validitas dan reliabilitas, koefisien korelasi dan determinasi, analisis regresi sederhana dan berganda, uji t dan uji f serta analisis jalur dengan bantuan program IBM SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 26.0

Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh kontribusi terhadap loyalitas konsumen maupun keputusan pembelian dibuktikan dengan hasil t hitung $>$ t tabel namun variabel harga tidak memiliki pengaruh kontribusi terhadap loyalitas konsumen maupun keputusan pembelian dibuktikan dengan hasil t hitung $<$ t tabel.

Kesimpulan dalam penelitian adalah kualitas produk merupakan faktr yang paling mempengaruhi loyalitas konsumen. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen maupun terhadap keputusan pembelian. Adapun saran yang diberikan adalah tetap mempertahankan kualitas produk yang sudah baik dan memperhatikan harga yang dinilai mahal dibandingkan dengan pesaing agar keputusan pembelian pada konsumen tinggi.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, Loyalitas Konsumen

**INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE WITH PURCHASE
DECISION AS INTERVENING VARIABLE ON CONSUMER LOYALTY**

(Study of Ultra Milk Consumers at Diponegoro University Students)

ABSTRACT

The culinary business is one of the businesses that continue to grow rapidly. One of the culinary businesses that growing rapidly is the packaged fresh liquid milk business. Ultra Milk is the first pioneer of liquid milk with UHT technology and is packaged with antiseptic packaging. Based on sales data, Ultra Milk shows fluctuating sales.

This study aims to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions n consumer loyalty of Ultra Milk to Diponegoro University students. The type of research used is purposive sampling and the sample taken is 100 consumers. Data collection techniques used are questionnaires and literature studies. The data analysis techniques used were validity and reliability test, correlation coefficients and determinations, simple and mutiple regression analysis, t and f tests, and path analysis with the help of the IBM SPSS (Statistical Product and Service Solution) version 26.0 program.

The test result show that the product quality variable has a contributing effect on consumer loyalty and puchashing decisions as evidenced by the result of $t \text{ count} > t \text{ table}$ but the price variable has no contribution effect on conumer loyalty and purchasing decisions as evidenced by the result of $t \text{ count} < t \text{ table}$

The conclusion of this study is that product quality is the most influencing factor for consumer loyalty. There is a positive and significant influence between product quality on consumer loyalty and on purchasing decisions. The advice given is t maintain good product quality and pay attention to prices that are considered expensive compared to competitors so that consumer purchasing decisions are high.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision, Consumer loyalty