

SKRIPSI

PENGARUH POTONGAN HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA *PRIVATE BRAND PAPAYA FRESH SURABAYA*



Oleh:

Agatha Myra Odilla
201100036

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2024**

PENGARUH POTONGAN HARGA, KUALITAS PRODUK,
DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA *PRIVATE BRAND* PAPAYA FRESH SURABAYA

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



OLEH:

AGATHA MYRA ODILLA

201100036

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Agatha Myra Odilla
NPM : 201100036
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen
Judul : Pengaruh Potongan Harga, Kualitas Produk, Dan Kepuasan
Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Private Brand* Papaya Fresh
Surabaya

Dosen Pembimbing

Tanggal : 26 Februari 2023

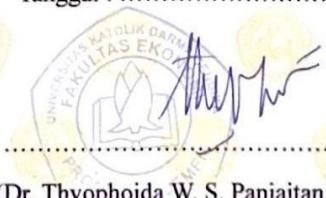


(Prof. Dr. Maria Widyastuti, M.M.)

Mengetahui

Ketua Program Studi

Tanggal : 26 Februari 2023



(Dr. Thyophida W. S. Panjaitan, M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Agatha Myra Odilla

dengan NPM 201100036

Telah diuji pada 15 Februari 2024

dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji



.....
(Dr. Ec. Bruno Hami, M.M.)

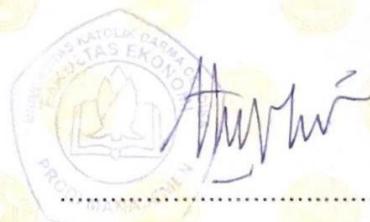
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



.....
(Dr. Lilik Indrawati, M.M.)

Ketua Program Studi



.....
(Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH POTONGAN HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRIVATE BRAND PAPAYA
FRESH SURABAYA**

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan

Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Jurusan Manajemen

Pada Hari ... Senin Tanggal ... 26 ... Bulan ... Februari ... Tahun 2024

Disusun oleh :

Nama : Agatha Myra Odilla

NPM : 201100036

Fakultas : Ekonomi

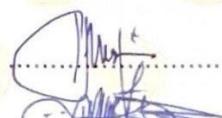
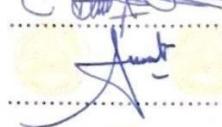
Jurusan : Manajemen

Tim Penguji

Ketua : Dr. Ec. Bruno Hami, M.M.

Anggota : 1. Citra Anggraini Tesyanto, S.E., M.M.

2. Prof. Dr. Maria Widayastuti, M.M.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Agatha Myra Odilla
Fakultas/Prodi : Ekonomi / Manajemen Pemasaran
Alamat asli : Jl. Banyu Urip Wetan I No. 20, Surabaya
No. Identitas (KTP/SIM) : 3578064202030006

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh Potongan Harga, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Private Brand Papaya Fresh* Surabaya.

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, working paper atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum.

Skripsi (Tugas akhir) ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggungjawab dan integritas.

Surabaya, 22 Februari 2024
Hormat saya,



Agatha Myra Odilla

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul "Pengaruh Potongan Harga, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Private Brand Papaya Fresh Surabaya*". Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Manajemen (S.M) program Strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Terselesaikannya skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Lilik Indrawati, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.
2. Ibu Dr. Thyophoida W.S.P., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika.
3. Ibu Prof. Dr. Maria Widystuti, M.M. selaku dosen pembimbing yang sangat membantu, serta mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Ec. Bruno Hami, M.M. selaku ketua dosen penguji yang telah memberikan saran serta motivasi terhadap skripsi ini.
5. Ibu Citra Anggraini T, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang sudah membantu memberikan kritik dan saran terhadap skripsi saya sehingga menjadi lebih baik.

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika yang telah membantu dan membimbing peneliti selama masa kuliah berlangsung.
7. Ibu saya Imelda dan nenek saya Wahyuni yang selalu memberikan motivasi, doa, dukungan dan semangat dalam menyusun skripsi.
8. Kekasih saya Gerry dan sahabat peneliti serta seluruh teman-teman manajemen angkatan 2020 yang telah memberi semangat dan saling mendukung dalam mengerjakan skripsi.
9. Semua pihak yang membantu dan mendukung yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Surabaya, 22 Februari 2024



Penulis

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Potongan Harga.....	8
2.1.1.1 Pengertian Potongan Harga	8
2.1.1.2 Tujuan Potongan Harga	9
2.1.1.3 Jenis-Jenis Potongan Harga.....	9
2.1.1.4 Faktor-Faktor Potongan Harga.....	9
2.1.1.5 Indikator Potongan Harga	10
2.1.2 Kualitas Produk.....	10
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk	10
2.1.2.2 Dimensi Kualitas Produk	11
2.1.2.3 Faktor-Faktor Kualitas Produk.....	12
2.1.2.4 Indikator Kualitas Produk	12
2.1.3 Kepuasan.....	13
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan	13
2.1.3.2 Faktor-Faktor Kepuasan.....	13
2.1.3.3 Elemen Kepuasan	14
2.1.3.4 Pengukur Kepuasan.....	15
2.1.4 Loyalitas Pelanggan.....	16



<p>Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Saya setuju untuk pelanggaran hak cipta. dilakukan sejauh penggunaannya tidak bertujuan untuk mendapat keuntungan pribadi.</p> 	<table> <tr><td>2.1.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....</td><td>16</td></tr> <tr><td>2.1.4.2 Faktor-Faktor Loyalitas Pelanggan</td><td>16</td></tr> <tr><td>2.1.4.3 Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan.....</td><td>16</td></tr> <tr><td>2.1.4.4 Indikator Loyalitas Pelanggan.....</td><td>17</td></tr> <tr><td>2.2 Pengaruh Antar Variabel</td><td>18</td></tr> <tr><td> 2.2.1 Pengaruh Potongan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan</td><td>18</td></tr> <tr><td> 2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....</td><td>18</td></tr> <tr><td> 2.2.3 Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan.....</td><td>19</td></tr> <tr><td>2.3 Penelitian Terdahulu</td><td>19</td></tr> <tr><td> 2.3.1 Penelitian Terdahulu 1.....</td><td>19</td></tr> <tr><td> 2.3.2 Penelitian Terdahulu 2.....</td><td>20</td></tr> <tr><td> 2.3.3 Penelitian Terdahulu 3.....</td><td>21</td></tr> <tr><td>2.4 Rerangka Pemikiran</td><td>23</td></tr> <tr><td>2.5 Kerangka Konseptual</td><td>24</td></tr> <tr><td>2.6 Hispotesis Penelitian</td><td>24</td></tr> <tr><td> BAB III METODE PENELITIAN.....</td><td> 25</td></tr> <tr><td>3.1 Objek Penelitian</td><td>25</td></tr> <tr><td>3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data</td><td>25</td></tr> <tr><td> 3.2.1 Pendekatan Penelitian.....</td><td>26</td></tr> <tr><td> 3.2.2 Sumber Data</td><td>26</td></tr> <tr><td>3.3 Variabel Penelitian.....</td><td>27</td></tr> <tr><td>3.4 Definisi Operasional dan Pengukurannya</td><td>28</td></tr> <tr><td> 3.4.1 Potongan Harga (X1).....</td><td>28</td></tr> <tr><td> 3.4.2 Kualitas Produk (X2)</td><td>28</td></tr> <tr><td> 3.4.3 Kepuasan (X3)</td><td>29</td></tr> <tr><td> 3.4.4 Loyalitas Pelanggan (Y)</td><td>29</td></tr> <tr><td>3.5 Populasi dan Sampel</td><td>30</td></tr> <tr><td> 3.5.1 Populasi</td><td>30</td></tr> <tr><td>3.6 Teknik Pengumpulan Data.....</td><td>31</td></tr> </table>	2.1.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	16	2.1.4.2 Faktor-Faktor Loyalitas Pelanggan	16	2.1.4.3 Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan.....	16	2.1.4.4 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	17	2.2 Pengaruh Antar Variabel	18	2.2.1 Pengaruh Potongan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	18	2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	18	2.2.3 Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	19	2.3 Penelitian Terdahulu	19	2.3.1 Penelitian Terdahulu 1.....	19	2.3.2 Penelitian Terdahulu 2.....	20	2.3.3 Penelitian Terdahulu 3.....	21	2.4 Rerangka Pemikiran	23	2.5 Kerangka Konseptual	24	2.6 Hispotesis Penelitian	24	 BAB III METODE PENELITIAN.....	 25	3.1 Objek Penelitian	25	3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data	25	3.2.1 Pendekatan Penelitian.....	26	3.2.2 Sumber Data	26	3.3 Variabel Penelitian.....	27	3.4 Definisi Operasional dan Pengukurannya	28	3.4.1 Potongan Harga (X1).....	28	3.4.2 Kualitas Produk (X2)	28	3.4.3 Kepuasan (X3)	29	3.4.4 Loyalitas Pelanggan (Y)	29	3.5 Populasi dan Sampel	30	3.5.1 Populasi	30	3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	31
2.1.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	16																																																										
2.1.4.2 Faktor-Faktor Loyalitas Pelanggan	16																																																										
2.1.4.3 Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan.....	16																																																										
2.1.4.4 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	17																																																										
2.2 Pengaruh Antar Variabel	18																																																										
2.2.1 Pengaruh Potongan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	18																																																										
2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	18																																																										
2.2.3 Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	19																																																										
2.3 Penelitian Terdahulu	19																																																										
2.3.1 Penelitian Terdahulu 1.....	19																																																										
2.3.2 Penelitian Terdahulu 2.....	20																																																										
2.3.3 Penelitian Terdahulu 3.....	21																																																										
2.4 Rerangka Pemikiran	23																																																										
2.5 Kerangka Konseptual	24																																																										
2.6 Hispotesis Penelitian	24																																																										
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 25																																																										
3.1 Objek Penelitian	25																																																										
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data	25																																																										
3.2.1 Pendekatan Penelitian.....	26																																																										
3.2.2 Sumber Data	26																																																										
3.3 Variabel Penelitian.....	27																																																										
3.4 Definisi Operasional dan Pengukurannya	28																																																										
3.4.1 Potongan Harga (X1).....	28																																																										
3.4.2 Kualitas Produk (X2)	28																																																										
3.4.3 Kepuasan (X3)	29																																																										
3.4.4 Loyalitas Pelanggan (Y)	29																																																										
3.5 Populasi dan Sampel	30																																																										
3.5.1 Populasi	30																																																										
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	31																																																										

3.7 Teknik Pengukuran Data	31
3.8 Metode dan Teknik Analisis Data.....	32
3.8.1 Metode Penelitian.....	32
3.8.2 Teknik Analisis Data	32
3.8.2.1 Uji Validitas.....	32
3.8.2.2 Uji Reliabilitas	32
3.8.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.8.2.4 Regresi Linear Berganda.....	34
3.8.2.5 Koefisien Determinasi	35
3.8.2.6 Uji Hipotesis	35
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	39
4.2.1 Karakteristik Responden	39
4.2.1.1 Usia	39
4.2.1.2 Jenis Kelamin	40
4.2.1.3 Pekerjaan	40
4.2.1.4 Frekuensi Pembelian.....	41
4.3 Analisa Data dan Pembahasan.....	41
4.3.1 Uji Validitas.....	41
4.3.1.1 Potongan Harga (X_1)	41
4.3.1.2 Kualitas Produk (X_2)	42
4.3.1.3 Kepuasan (X_3)	43
4.3.1.4 Loyalitas Pelanggan (Y).....	43
4.3.2 Uji Reliabilitas	44
4.3.3 Analisis Statistik Deskriptif	45
4.3.3.1 Potongan Harga (X_1)	45
v	
4.3.3.3 Kepuasan (X_3)	48
4.3.3.4 Loyalitas Pelanggan (Y).....	49
4.3.4 Uji Asumsi Klasik	50



4.3.4.1 Uji Normalitas	50
4.3.4.2 Uji Multikolinearitas.....	51
4.3.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	51
4.3.5 Analisis Regresi Linear Berganda	52
4.3.6 Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>).....	54
4.3.7 Uji Hipotesis	55
BAB V PENUTUP	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	60
5.2.1 Saran Bagi Private Brand Papaya Fresh Surabaya	60
5.2.1 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	20
Tabel 2.2 Tabel Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	21
Tabel 2.3 Tabel Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	22
Tabel 3.1 Skala Likert	31
Tabel 3.2 Interval dan Tingkat Hubungan Koefisien Determinasi	35
Tabel 4.1 Usia Responden	39
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	40
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	40
Tabel 4.4 Frekuensi Pembelian	41
Tabel 4.5 Uji Validasi Potongan Harga (X_1)	42
Tabel 4.6 Uji Validasi Kualitas Produk (X_2)	42
Tabel 4.7 Uji Validasi Kepuasan (X_3)	43
Tabel 4.8 Uji Validasi Loyalitas Pelanggan (Y).....	43
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.10 Kriteria Penilaian Berdasarkan Interval Kelas.....	45
Tabel 4.11 Hasil Statistik Deskripsi Potongan Harga (X_1)	46
Tabel 4.12 Hasil Statistik Deskripsi Kualitas Produk (X_2)	47
Tabel 4.13 Hasil Statistik Deskripsi Kepuasan (X_3)	48
Tabel 4.14 Hasil Statistik Deskripsi Loyalitas Pelanggan (Y)	49
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	50
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.17 Hasil Regresi Linear Berganda.....	53
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi R Square.....	54
Tabel 4.19 Interval dan Tingkat Hubungan Koefesien Determinasi	54
Tabel 4.20 Hasil Uji t.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran.....	23
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1 Logo Papaya Fresh Gallery.....	37
Gambar 4.2 Private Brand Papaya Fresh Surabaya	38
Gambar 4.3 Bagian Dalam <i>Supermarket</i> Papaya Fresh Gallery	39
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
Gambar 4.5 Kurva Uji t (X1).....	56
Gambar 4.6 Kurva Uji t (X2).....	57
Gambar 4.7 Kurva Uji t (X3).....	58

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya digunakan
untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran
dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Kuisioner
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Hasil Statistik Deskriptif
- Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda, Uji T, Dan Koefisien Determinasi
- Lampiran 8 r Tabel
- Lampiran 9 t Tabel

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika Hanya digunakan
untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk
lalgaran/plagiasi
dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



ABSTRAK

Oleh:

Agatha Myra Odilla

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan pembelian, pada penelitian ini bertujuan untuk meneliti loyalitas pelanggan dalam keberlangsungan bisnis ritel di Surabaya. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh potongan harga, kualitas produk, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada *private brand* Papaya Fresh Surabaya. Populasi adalah masyarakat yang pernah melakukan pembelian *private brand* Papaya Fresh Surabaya. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 75 responden pelanggan dari Papaya Fresh Surabaya. Adapun teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner penelitian yang disebar secara online melalui media sosial. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 25.0. Dari hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa Potongan Harga (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai t hitung sebesar $2.229 > t$ tabel 1.993 dan nilai signifikan sebesar $0.029 < 0.05$, menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima disimpulkan bahwa variabel Potongan Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Papaya Fresh Surabaya. Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai t hitung sebesar $2.877 > t$ tabel 1.993 dan nilai signifikan sebesar $0.005 < 0.05$, menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Papaya Fresh Surabaya. Kepuasan (X3) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai t hitung sebesar $3.431 > t$ tabel 1.993 dan nilai signifikan sebesar $0.001 < 0.05$, menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima disimpulkan bahwa variabel Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Papaya Fresh Surabaya.

Kata kunci: Papaya Fresh Surabaya, Potongan Harga, Kualitas Produk, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan



ABSTRACT

Oleh:

Agatha Myra Odilla

There are many factors that influence an individual's purchasing decisions. This study aims to examine customer loyalty in the sustainability of retail businesses in Surabaya. It seeks to understand the influence of price discounts, product quality, and satisfaction on customer loyalty to the private brand Papaya Fresh Surabaya. The population consists of individuals who have purchased the private brand Papaya Fresh Surabaya. This research is quantitative in nature. The study sample comprises 75 customer respondents from Papaya Fresh Surabaya, selected using purposive sampling. Data collection was conducted using a research questionnaire distributed online via social media. Data analysis was performed using the SPSS version 25.0 application. The results of the t-test indicate that Price Discounts (X1) have an effect on Customer Loyalty, with a calculated t-value of $2.229 > t\text{-table } 1.993$ and a significant value of $0.029 < 0.05$, rejecting H₀ and accepting H₁, thus concluding that the Price Discount variable significantly influences Papaya Fresh Surabaya Customer Loyalty. Product Quality (X2) also has an effect on Customer Loyalty, with a calculated t-value of $2.877 > t\text{-table } 1.993$ and a significant value of $0.005 < 0.05$, rejecting H₀ and accepting H₁, thus concluding that the Product Quality variable significantly influences Papaya Fresh Surabaya Customer Loyalty. Satisfaction (X3) influences Customer Loyalty, with a calculated t-value of $3.431 > t\text{-table } 1.993$ and a significant value of $0.001 < 0.05$, rejecting H₀ and accepting H₁, thus concluding that the Satisfaction variable significantly influences Papaya Fresh Surabaya Customer Loyalty.

Keyword : Papaya Fresh Surabaya, Price Discount, Product Quality, Satisfaction, Customer Loyal