ABSTRAK

Wahyu Vilitomo (41183402160097)

Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Pada Alfamart Kecamatan Setu Kabupaten Bekasi

xv + 143 halaman + 27 tabel + 4 gambar + 1 grafik + 15 lampiran

Kata Kunci: Lokasi, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Konsumen.

Tujuan Penelitian adalah untuk mengetahui apakah pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Alfamart Kecamatan Setu Kabupaten Bekasi.

Populasi penelitian ini adalah Masyarakat Kecamatan Setu, Kabupaten Bekasi. Sampel Penelitian Masyarakat Kecamatan Setu, Kabupaten Bekasi yang berjumlah 100 orang. penelitiaan ini menggunakan metode statistik deskriptif. Teknik pengimpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan penyebaran kuesioner. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling*. Untuk analisis data menggunakan uji statistik dan analisis regresi berganda yang dihitung dengan menggunakan program *Statistic Product and Service Solution 23.0*.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif signifikan lokasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Alfamart Kecamatan Setu Kabupaten Bekasi. Hasil uji t (secara parsial) menunjukkan lokasi (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikansi terhadap loyalitas konsumen yang dibuktikan dengan hasil uji t diperoleh t-hitung β_1 adalah 0,234 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari standar *error* yang ditetapkan sebesar 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara lokasi terhadap loyalitas konsumen sedangkan kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan hasil uji t diperoleh t-hitung β_2 adalah 0,392 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari standar *error* yang ditetapkan sebesar 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Koefisien determinasi (Adjusted R *square*) pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,566 atau 56,6%, sedangkan sisanya 43,4% dipengaruhi oleh variabel atau faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka : 55 (2000-2019)