

ABSTRAK

Muhamad Fajar Komarudin (11580202195): “Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Grab di Kota Bandung”.

Penelitian ini merupakan hasil penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel promosi penjualan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Grab di Kota Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah penyebaran angket (kuesioner) dengan teknik penarikan sampel non *probability sampling* menggunakan metode *sampling incidental*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Grab di Kota Bandung dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis meliputi uji t, uji F, dan uji determinasi R^2 dengan menggunakan bantuan program statistik perangkat lunak SPSS Versi 20.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi Penjualan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y). Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y). Serta Promosi Penjualan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y). Variabel bebas penelitian ini mempunyai tingkat kepengaruhannya terhadap variabel terikat sebesar 69,8% dengan kategori tingkat hubungan “tinggi” sedangkan sisanya 30,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian.

Peneliti menyarankan kepada penelitian selanjutnya agar lebih menyempurnakan lagi penelitian yang berhubungan dengan loyalitas konsumen serta menambahkan variabel lainnya yang berhubungan dengan loyalitas konsumen. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas konsumen selain promosi penjualan dan kualitas pelayanan.

Kata kunci: Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Konsumen