

ABSTRAK

Aulya Rachmah (1168020037) “ Pengaruh Store Atmosphere, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Alfamart Jatireja “

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Store Atmosphere, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan secara parsial maupun simultan. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif verifikatif dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah teknik *non probability sampling* dengan menggunakan metode *aksidental* yaitu sebanyak 100 masyarakat Jatireja Kabupaten Bekasi, yang pernah berbelanja di Alfamart Jatireja. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu menggunakan kuesioner *offline* kepada masyarakat Jatireja. Teknik analisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji parsial (uji t), uji simultan (uji f), regresi linier berganda dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada pengujian secara parsial, 1) Store Atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Alfamart Jatireja Kabupaten Bekasi, dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 5,949 dan diperoleh nilai signifikansi 0,000 karena nilai t hitung > t tabel ($5,949 > 1,98498$). 2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Alfamart Jatireja Kabupaten Bekasi, dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 31,629 dan diperoleh nilai signifikansi 0,000 karena nilai t hitung > t tabel ($31,629 > 1,98498$). 3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Alfamart Jatireja sebesar 4,401 dan diperoleh nilai signifikansi 0,000 karena nilai t hitung > t tabel ($4,401 > 1,98498$). Kemudian perhitungan secara simultan Store Atmosphere, Harga dan Promosi secara bersamaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dibuktikan dari nilai Fhitung = 483,090 > Ftabel = 2,70 dengan signifikansi adalah 0,000 < 0,05. Adapun nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,936, artinya variabel Loyalitas Pelanggan dipengaruhi oleh Store Atmosphere, Harga dan Promosi sebesar 93,6% sedangkan sisanya 6,4% dipengaruhi oleh faktor yang lain.

Kata Kunci : Store Atmosphere, Harga, Promosi, Loyalitas Pelanggan