

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan, terhadap Loyalitas Pelanggan pada UKM Bakso Kemasan “Ada Rasa”

Liza Andriyani

1520310127

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi Manajemen Bisnis Syari’ah

IAIN Kudus, 2019

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada UKM Bakso Kemasan “Ada Rasa”. 2) Untuk menguji secara empiris pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan pada UKM Bakso Kemasan “Ada Rasa”. 3) Untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada UKM Bakso Kemasan “Ada Rasa”. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara penyebaran kuesioner secara langsung pada pelanggan UKM Bakso Kemasan “Ada Rasa” sebanyak 96 responden. Dari pembahasan dan pemaparan analisis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa 1) Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada UKM Bakso Kemasan “Ada Rasa”. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil hipotesis yang ternyata nilai t hitung lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t tabel ($2,329 > 1,986$). 2) Terdapat pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan pada UKM Bakso Kemasan “Ada Rasa”. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil hipotesis yang ternyata nilai t hitung lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t tabel ($2,252 > 1,986$). 3) Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada UKM Bakso Kemasan “Ada Rasa”. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil hipotesis yang ternyata nilai t hitung lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t tabel ($3,909 > 1,986$).

Kata kunci : Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan, terhadap Loyalitas Pelanggan.