

ABSTRAK

Era bisnis yang semakin kompetitif, loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan karena dapat meningkatkan pendapatan jangka panjang dan keberlanjutan bisnis. Kedai Cak Teot Situbondo mengalami penurunan penjualan per-bulan Mei – Agustus. Dari data yang diperoleh penjualan pada bulan April sebesar 23%, pada bulan Mei sebesar 19%. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Cak Teot. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner berskala Likert. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *saturated sampling*, sehingga jumlah sampel terdiri dari 50 responden. Metode analisis yang diterapkan mencakup serangkaian analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk, tempat, manusia, proses, promosi dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Cak Teot Situbondo. Sedangkan variabel harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Cak Teot Situbondo. Variabel produk, harga, tempat, manusia, proses, promosi, dan bukti fisik secara keseluruhan berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan sebesar 94,1%. Sementara itu, sisanya sebesar 5,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang berada di luar lingkup penelitian ini.

Kata kunci: produk, harga, tempat, manusia, proses, promosi, bukti fisik, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

In an increasingly competitive business era, customer loyalty is very important for companies because it can increase long-term revenue and business desires. Kedai Cak Teot Situbondo experienced a decline in sales from May to August. From the data obtained, sales in April were 23%, in May they were 19%. This research aims to analyze the influence of the marketing mix on customer loyalty at Kedai Cak Teot. This research method uses a quantitative descriptive approach. The data used in this research is quantitative data obtained from a Likert-sized questionnaire. The sampling technique used was saturated sampling, so the total sample consisted of 50 respondents. The analytical method applied includes a series of multiple linear regression analyses. The research results show that product, place, people, process, promotion and physical evidence variables have a positive and significant effect on customer loyalty at Kedai Cak Teot Situbondo. Meanwhile, the price variable has a negative and significant effect on customer loyalty at Kedai Cak Teot Situbondo. The variables product, price, place, people, process, promotion and physical evidence as a whole contribute to customer loyalty by 94.1%. Meanwhile, the remaining 5.9% is influenced by other factors that are outside the scope of this research.

Keywords: product, price, place, people, process, promotion, physical evidence, customer loyalty

