

ABSTRAK

PENGARUH SELERA, KETERSEDIAAN PRODUK, DAN DISKON TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMBELIAN PRODUK DI IRIAN SUPERMARKET DAN DEPT.STORE TEBING TINGGI

Fitri Hanum Lubis

Prodi S1 Manajemen, STIE Bina Karya Tebing Tinggi

fitrilubiss16@gmail.com

Dosen Pembimbing:

Rakhmawati Purba., SE., M.Si

Limega Candrasa., SS., SE., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tujuan hasil metode selera, ketersediaan produk dan diskon terhadap loyalitas pelanggan pada pembelian produk di Irian Supermarket Dept.Store Tebing Tinggi. Efek yang ingin kita ketahui adalah efek langsung atau tidak langsung. Pada penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 93 responden dengan teknik *accidental sampling*.

Alat uji yang digunakan adalah SPSS versi 25.00. Analisis data pengujian instrument menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikoloniaritas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda dan koefisien determinasi (R^2) Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis uji hipotesis t dan uji f.

Dari hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa selera berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Ketersediaan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Diskon berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selera, ketersediaan produk, dan diskon secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Selera, Ketersediaan Produk, Diskon, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF TASTES, PRODUCT AVAILABILITY AND DISCOUNTS ON CUSTOMER LOYALTY ON PRODUCT PURCHASE AT IRIAN SUPERMARKET AND TEBING TINGGI DEPT.STORE

Fitri Hanum Lubis

Bachelor of Management Study Program, STIE Bina Karya Tebing Tinggi

Fitrilubiss16@gmail.com

Supervisor:

Rakhmawati Purba., S.E., M.Si

Limega Candrasa., SS., SE., M.Si

This study aims to determine the effect purpose of methode results of taste, product availability and discounts on customer loyalty when purchasing products at Irian Supermarket Dept.Store Tebing Tinggi. The effect we want to know is the direct or indirect effect. In this study researchers used quantitative research. The sample used in this study amounted to 93 respondents with the Accidental Sampling technique.

The test tool used is SPSS version 25.00. Analysis of the test instrument data using validity and reliability tests. The classical test uses the normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test and the coefficient of determination (R²). Meanwhile, the data analysis method uses a hypothesis analysis test with a t and an f test.

From the results of this test it can be concluded that taste has a significant effect on customer loyalty. Product availability has no significant effect on customer loyalty. Discounts have a significant effect on customer loyalty. Taste, product availability, and discounts simultaneously have a significant effect on customer loyalty..

Keywords: Appetite, Product Availability, Discount, Customer Loyalty