

## ABSTRACT

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF LOCATION, FACILITIES, PRICE AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER LOYALTY IN MEDIATION OF PURCHASE DECISIONS AT UMKM ANGKRINGAN SAKAREPMU KARANGGENENG LAMONGAN  
(STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) METHOD – PARTIAL LEAST SQUARE (PLS))

LISA UMAROH

NIM. 041910237

*The dynamic development of the business world, the speed and rapid growth of society have forced rapid economic growth. This makes business competition increasingly fierce between companies, especially in selling food and beverage products. This event will make business actors to be more innovative and quick in determining competitive strategies to maintain their market. The novelty of this study is that there are more variables to study. This type of research is quantitative research with a sample size of 161 and the method used to analyze it is SEM with the smart PLS tool version 3.0. The test used is the Outer Model Test, Inner Model Test, Hypothesis Test and Mediation Test. Based on the result of the validity test indicating that the Outer Loading Factor value is greater than 0.7 and the AVE value greater than 0.5 is declared valid, the Reliability Reliable. It can be concluded that the Facility Variables (X2), Price (X3), Service Quality (X4) have a effect on Costumer Loyalty (Y). In the mediation test, the results show that price (X3) and service quality (X4) are partial mediation on purchasing decisions (Z). While location (X1) and facilities (X2) are non-mediation on purchasing decisions (Z).*

**Keywords:** *Marketing Strategy, Location, Facilities, Price, Service Quality, Costumer Loyalty, Purchase Decision, SEM PLS.*

## RINGKASAN

ANALISIS PENGARUH LOKASI, FASILITAS, HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI MEDIASI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM ANGKRINGAN SAKAREPMU  
KARANGGENENG LAMONGAN  
(*METODE STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) - PARTIAL LEAST  
SQURE (PLS)*)

LISA UMAROH

NIM. 041910237

Perkembangan dunia bisnis yang dinamis, kecepatan dan pertumbuhan masyarakat yang pesat telah memaksa pertumbuhan ekonomi yang begitu cepat. Hal ini membuat persaingan bisnis yang semakin ketat antar perusahaan, terutama dalam menjual produk makanan dan minuman. Peristiwa ini akan membuat para pelaku usaha untuk lebih inovatif dan cepat dalam menentukan strategi bersaing untuk mempertahankan pasarnya. Kebaruan dari penelitian ini terdapat variabel yang lebih banyak untuk diteliti. Jenis penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif dengan jumlah sampel 161 dan metode yang digunakan untuk menganalisis yaitu SEM dengan alat *smart PLS versi 3.0*. Uji yang digunakan adalah Uji Outer Model, Uji Inner Model, Uji Hipotesis dan Uji Mediasi. Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai *Outer Loading Factor* lebih besar dari 0,7 dan nilai AVE lebih besar dari 0,5 dinyatakan valid, pada uji Reabilitas menyatakan nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,7 dikatakan *Reliable*. Dapat disimpulkan bahwa Variabel Fasilitas (X2), Harga (X3), Kualitas Pelayanan (X4) berpengaruh positif secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y). Variabel Lokasi (X1) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y). Pada uji mediasi, hasil menunjukkan bahwa harga (X3) dan kualitas pelayann (X4) *partial mediation* terhadap keputusan pembelian (Z), sedangkan lokasi (X1) dan fasilitas (X2) *non mediation* terhadap keputusan pembelian )Z).

**Kata Kunci** : Strategi Pemasaran. Lokasi, Fasilitas, Harga, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Konsumen, Keputusan Pembelian, *SEM PLS*