

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, SALES PROMOTION AND
BRAND IMAGE TOWARD CONSUMER LOYALTY AT WAWAN
MINIMARKET SUGIO**

NURKHOLIS YOGO SAMPURNO

NIM. 041910198

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out how the influence of service quality, sales promotion and brand image on consumer loyalty at *Wawan* minimarket in Sugio. This research is a quantitative research that aims to test the hypotheses that have been determined and tested with SPSS analysis tools. In this study, there were 99 samples from 9,200 populations taken from *Wawan* minimarket consumers.

Further, the SPSS output results from the t-table calculation obtained a result of 1.66105 and t count X_1 of 3.198, X_2 of 2.518, and X_3 of 2.993. Therefore, it shows that there is influence partially or individually. Meanwhile, after calculating the f count, the f count value is 16.747 and the f table is 2.70 which shows that there is a simultaneous or joint effect. Meanwhile, from the multiple linear regression analysis test, the value of $Y = 1.510 + 0.181 X_1 + 0.156 X_2 + 0.220 X_3$ obtained.

The conclusion of this study was that there was a partial effect shown based on the t test which explains that the variables influencing service quality, sales promotion and brand image have a significant positive effect on consumer loyalty. There was a simultaneous effect known from the F test that the effect of service quality, sales promotion and brand image certification has a significant positive effect on consumer loyalty, and it is known that the brand image variable is the variable that has the most dominant influence on consumer loyalty.

Keywords: Service Quality, Sales Promotion, Brand Image, Consumer Loyalty

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI PENJUALAN DAN
CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
MINIMARKET WAWAN DI SUGIO**

NURKHOLIS YOGO SAMPURNO

NIM. 041910198

RINGKASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, promosi penjualan dan citra merek terhadap loyalitas konsumen pada *minimarket Wawan* di Sugio. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dan diuji dengan alat analisis spss. Dalam penelitian ini terdapat sejumlah 99 sampel dari 9.200 populasi yang diambil dari konsumen *minimarket Wawan*.

Hasil output SPSS dari perhitungan t-tabel didapatkan hasil sebesar 1,66105 dan t hitung X_1 sebesar 3,198, X_2 sebesar 2,518 dan X_3 sebesar 2,993. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial atau sendiri-sendiri. Sedangkan setelah perhitungan f hitung didapatkan nilai f hitung sebesar 16,747 dan f tabelnya sebesar 2,70 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan atau Bersama-sama. Sedangkan dari uji analisis regresi linier berganda didapatkan nilai $Y = 1,510 + 0,181 X_1 + 0,156 X_2 + 0,220 X_3$.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh secara parsial yang ditunjukkan berdasarkan uji t yang menjelaskan bahwa variabel pengaruh kualitas pelayanan, promosi penjualan dan citra merek berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas konsumen. Terdapat pengaruh secara simultan yang diketahui dari uji F bahwa bahwa diserfisikasi pengaruh kualitas pelayanan, promosi penjualan dan citra merek berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas konsumen, dan diketahui bahwa variabel citra merek adalah variabel yang paling berpengaruh secara dominan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan, Citra Merek, Loyalitas Konsumen