

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI SAE CAFE ROJEL

ABSTRAK

Sae *Cafe* Rojel merupakan salah satu *Cafe* di Lumajang yang merupakan transisi dari Sae Coffe reborn. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada SAE *Cafe* Rojel di Lumajang. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan *purposive sampling*. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan sae *Cafe* Rojel. Data dikumpulkan dengan penyebaran kuisioner kepada sebanyak 80 responden. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,603 atau 60,3% yang berarti bahwa variabel promosi, kualitas pelayanan dan lokasi mampu menjelaskan loyalitas pelanggan sebesar 60,3%, sementara sisanya sebanyak 38,7% di pengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Temuan ini memberikan masukan yang strategis bagi pelaku usaha untuk lebih fokus pada peningkatan pelayanan dan pemilihan lokasi yang tepat guna mempertahankan loyalitas pelanggan, dan juga pelaku usaha perlu mengganti strategi promosi agar pelanggan dapat tertarik dan menjadi loyal.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Loyalitas Pelanggan

THE INFLUENCE OF PROMOTION, SERVICE QUALITY, AND LOCATION ON CUSTOMER LOYALTY AT SAE CAFE ROJEL

ABSTRACT

Sae Cafe Rojel in Lumajang is a transformation of the former Sae Coffee Reborn. This study aims to analyze the influence of promotion, service quality, and location on customer loyalty at Sae Cafe Rojel. The research employs a quantitative approach using multiple linear regression analysis. Respondents were selected through purposive sampling, with data collected via questionnaires distributed to 80 customers. Partial test (t-test) results show that service quality and location significantly influence customer loyalty, while promotion does not have a significant effect. The coefficient of determination (R^2) is 0.603, indicating that promotion, service quality, and location collectively explain 60.3% of customer loyalty, while the remaining 39.7% is influenced by other variables outside the scope of this study. These findings provide strategic insights for business owners to prioritize service improvements and optimal location choices in order to maintain customer loyalty.

Keyword : Promotion, service quality, location, customer loyalty