

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran, lokasi dan inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan Senduro *Coffe* Lumajang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian makanan dan minuman di Senduro *Coffe* Lumajang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini ialah *purposive sampling* dengan kriteria pelanggan yang pernah melakukan pembelian minimal 2 kali dan sampel yang diperoleh sebanyak 80 responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dan regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa secara parsial strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan dengan adanya strategi pemasaran mampu membuat pelanggan merasakan dan berinteraksi dengan merek. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan lokasi Senduro *Coffe* yang berada di bawah kaki Gunung Semeru sehingga menjadikan Senduro *Coffe* memiliki suasana yang sejuk, segar dan nyaman untuk bersantai. Sedangkan inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Senduro *Coffe* Lumajang. Hal ini dikarenakan pelanggan telah merasa puas dengan makanan, minuman dan suasana yang ada pada Senduro *Coffe* sehingga inovasi yang dilakukan oleh Senduro *Coffe* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Lokasi, Inovasi Produk dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of marketing strategy, location, and product innovation on customer loyalty at Senduro Coffee Lumajang. The population in this study were consumers who have purchased food and beverages at Senduro Coffee Lumajang. The sampling technique used in this study was purposive sampling with the criteria of customers who have made at least two purchases and the sample obtained was 80 respondents. The analytical tools used in this study were quantitative analysis and multiple linear regression. The results of this study explain that partially, marketing strategy has a significant effect on customer loyalty. This is because the marketing strategy is able to make customers feel and interact with the brand. Location has a significant effect on customer loyalty. This is because the location of Senduro Coffee is at the foot of Mount Semeru, making Senduro Coffee have a cool, fresh, and comfortable atmosphere for relaxing. Meanwhile, product innovation does not have a significant effect on customer loyalty at Senduro Coffee Lumajang. This is because customers are already satisfied with the food, drinks, and atmosphere at Senduro Coffee, so the innovation carried out by Senduro Coffee does not have a significant effect on customer loyalty.

Keywords: Marketing Strategy, Location, Product Innovation, and Customer Loyalty

