

## ABSTRAK

**Shoffiyudin Aziz (1148020278) : “Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga, dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen di Alfamart Cibiru (Studi Pada Santri Mahad Universal Cipadung Kota Bandung)”.**

Masalah yang melatar belakangi penelitian ini adalah terdapat pada loyalitas konsumen yang sering berkunjung pada Alfamart Cibiru Kota Bandung. Hal ini dilihat dari tingkat beli konsumen khususnya dengan pendapatan menengah kebawah yang jarang bahkan tidak pernah lagi berbelanja di Alfamart khususnya Alfamart Cibiru. Hal ini di dasarkan pada survey awal pada Santri Mahad Universal yang menyatakan bahwa store atmosphere yang belum sesuai dengan standar dan mahal nya harga serta kurangnya promosi yang ditetapkan.

Store Atmosphere adalah adalah suatu tujuan dari sebuah perusahaan yang dilakukan melalui serangkaian aktivitas yang dikelompokkan ke dalam fungsi-fungsi manajemen. Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan sebagai alat ukur untuk memperoleh manfaat dari barang dan jasa. Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Selain store atmosphere, harga, dan promosi juga dapat mempengaruhi loyalitas konsumen pada suatu ritel atau perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas konsumen, (2) pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen, (3) pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen, (4) pengaruh store atmosphere, harga, dan promosi secara simultan terhadap loyalitas konsumen.

Metode yang digunakan yaitu dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini yaitu Santri Mahad Universal Cipadung Kota Bandung. Teknik yang digunakan yaitu Nonprobability Sampling dengan 60 responden. Jenis data yang digunakan yaitu survei awal, observasi, dokumentasi, dan kuesioner. Metode pengolahan data menggunakan analisis deskriptif, uji validitas, analisis, regresi linear berganda, reabilitas, uji parsial, uji simultan, dan uji koefisien determinasi.

Hasil analisis data dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa variable store atmosphere (X1) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y) dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,202 > 2,00324$ ). Variabel harga (X2) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y) dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,293 > 2,00324$ ). Variable promosi (X3) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,481 > 2,00324$ ). Variabel store atmosphere (X1), harga (X2), dan promosi (X3) secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y) dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $72,468 > 2,77$ ). Dan hasil output koefisien determinasi adalah sebesar 79,5% sedangkan sisanya 20,5% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti

**Kata Kunci : Store Atmosphere, Harga, Promosi, dan Loyalitas Konsumen.**