

## ABSTRAK

Pada masa sekarang ini, tingkat persaingan bisnis khususnya dibidang pemasaran semakin ketat, sehingga berhasil atau tidaknya suatu toko tentunya dapat ditentukan dari sistem pemasarannya. Begitu pula seperti halnya yang dialami oleh toko pancing Poen yang bergerak dibidang bisnis alat pancing di Surabaya. Sehingga seberapa besar pengaruh harga, kualitas produk, lokasi, pelayanan terhadap loyalitas konsumen membeli mata pancing di toko pancing Poen di Surabaya. Untuk itu penulis melakukan penyebaran kuisioner kepada 100 responden yaitu yang membeli mata pancing di toko pancing Poen Surabaya.

Analisa yang digunakan adalah analisa regresi berganda dengan uji t dan uji F yaitu untuk mengetahui variabel secara simultan dan secara parsial dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Dari perhitungan regresi dihasilkan:  $Y = 0,220 + 0,083.X_1 + 0,563.X_2 + 0,385.X_3 + 0,004.X_4$ .

Sedangkan hasil pengujian regresi linier berganda diatas untuk hasil perhitungan dengan menggunakan uji simultan (uji F) dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas konsumen dengan nilai F hitung sebesar 38,853 dan F tabel sebesar 2,45. Dalam hubungan secara simultan ini dihasilkan koefisien determinasi (adjusted  $R^2$ ) yang menggambarkan bahwa keempat variabel bebas yaitu harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), lokasi ( $X_3$ ), dan pelayanan ( $X_4$ ) menunjukkan adanya pengaruh terhadap loyalitas konsumen 60,5% sedangkan sisanya 39,5% disebabkan oleh faktor-faktor lain.

Melalui pengujian parsial menggunakan uji T pada loyalitas konsumen menghasilkan T tabel sebesar 1,985 sedangkan T hitung untuk variabel harga ( $X_1$ ) sebesar 1,253 sehingga dapat disimpulkan bahwa harga ( $X_1$ ) tidak ada pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y). Variabel kualitas produk ( $X_2$ ) sebesar 8,901 dapat disimpulkan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y). Sedangkan variabel lokasi ( $X_3$ ) sebesar 7,277 dapat disimpulkan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y). Variabel pelayanan ( $X_4$ ) sebesar 0,068 dapat disimpulkan tidak ada pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y).

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis tersebut dapat diketahui bahwa variabel yang lebih dominan adalah variabel kualitas produk dibandingkan variabel harga, lokasi, dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen membeli mata pancing di toko pancing Poen Surabaya.