

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Variasi Produk, *Sales Promotion*, *Word Of Mouth*, dan *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Sriwijaya Store Trenggalek” ini ditulis oleh Latifatus Surur, NIM 126405213247 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Dosen Pembimbing Rendra Erdkhadifa, M.Si.

Kata Kunci: Loyalitas Pelanggan, *Sales Promotion*, *Store Atmosphere*, Variasi Produk, *Word Of Mouth*.

Perkembangan bisnis ritel yang semakin meningkat membuat para pelaku bisnis berupaya untuk meningkatkan penjualannya. Namun hal tersebut memiliki banyak kendala dikarenakan banyak perusahaan serupa yang membuat pelanggan mudah beralih ke kompetitor. Untuk itu diperlukan strategi yang tepat guna mempertahankan pelanggan dan menjaga loyalitas pelanggan. Strategi yang dapat digunakan yaitu dengan meningkatkan variasi produk, *sales promotion*, *word of mouth*, dan *store atmosphere*.

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk menguji pengaruh signifikan salah satu diantara variabel variasi produk, *sales promotion*, *word of mouth*, dan *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan pada Sriwijaya Store Trenggalek 2) Untuk menguji pengaruh variasi produk secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Sriwijaya Store Trenggalek 3) Untuk menguji pengaruh *sales promotion* terhadap loyalitas pelanggan pada Sriwijaya Store Trenggalek 4) Untuk menguji pengaruh *word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan pada Sriwijaya Store Trenggalek 5) Untuk menguji pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan pada Sriwijaya Store Trenggalek.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel yang digunakan adalah *non probability* dengan teknik *quota sampling*. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Sriwijaya Store Trenggalek. Penelitian ini menggunakan analisis data dengan regresi linear berganda yaitu untuk menguji validitas dan realitas data, uji multikolinieritas, uji regresi linear berganda, uji hipotesis yang meliputi uji simultan dan uji parsial, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi untuk membuktikan hipotesis penelitian menggunakan IBM SPSS 30.

Hasil dari penelitian ini adalah 1) Secara simultan terdapat salah satu diantara variabel variasi produk, *sales promotion*, *word of mouth*, dan *store atmosphere* yang berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Sriwijaya Store 2) Variasi produk, *word of mouth*, dan *store atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Sriwijaya Store 3) *Sales promotion* tidak berpengaruh secara signifikan loyalitas pelanggan pada Sriwijaya Store.

ABSTRACT

The thesis entitled "The Influence of Product Variation, Sales Promotion, Word of Mouth, and Store Atmosphere on Customer Loyalty at Sriwijaya Store Trenggalek" was written by Latifatus Surur, NIM 126405213247 Sharia Business Management Study Program, Supervisor Rendra Erdkhadifa, M.Si.

Keywords: *Customer Loyalty, Sales Promotion, Store Atmosphere, Product Variation, Word Of Mouth.*

The increasing development of retail business has made business actors try to increase their sales. However, this has many obstacles because many similar companies make it easy for customers to switch to competitors. For this reason, the right strategy is needed to retain customers and maintain customer loyalty. Strategies that can be used are by increasing product variety, sales promotion, word of mouth, and store atmosphere.

The objectives of this study are 1) To test the significant influence of one of the variables of product variation, sales promotion, word of mouth, and store atmosphere on customer loyalty at Sriwijaya Store Trenggalek 2) To test the significant influence of product variation on customer loyalty at Sriwijaya Store Trenggalek 3) To test the influence of sales promotion on customer loyalty at Sriwijaya Store Trenggalek 4) To test the influence of word of mouth on customer loyalty at Sriwijaya Store Trenggalek 5) To test the influence of store atmosphere on customer loyalty at Sriwijaya Store Trenggalek.

The research method used in this study is a quantitative method with an associative research type. The sample used is non-probability with quota sampling technique. The number of samples is 100 respondents. In this study, primary data was used which was obtained by distributing questionnaires to Sriwijaya Store Trenggalek customers. This study uses data analysis with multiple linear regression, namely to test the validity and reality of the data, multicollinearity test, multiple linear regression test, hypothesis test which includes simultaneous test and partial test, classical assumption test which includes normality test, heteroscedasticity, and autocorrelation test to prove the research hypothesis using IBM SPSS 30.

The results of this study are 1) Simultaneously, there is one of the variables of product variation, sales promotion, word of mouth, and store atmosphere that has a significant effect on customer loyalty at Sriwijaya Store. 2) Product variation, word of mouth, and store atmosphere have a significant effect on customer loyalty at Sriwijaya Store. 3) Sales promotion does not have a significant effect on customer loyalty at Sriwijaya Store.