

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Pengalaman Pelanggan dan Pembayaran Digital terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Berkah Mandiri Swalayan di Kabupaten Kediri” ini ditulis oleh Dina Permatasari, NIM.126405213192, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Dosen Pembimbing Sri Eka Astutiningsih, SE., M.M.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Promosi, Pengalaman Pelanggan, Pembayaran Digital, Loyalitas Pelanggan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya persaingan dalam industri ritel modern, khususnya swalayan, yang menuntut perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan, promosi, pengalaman pelanggan, dan pembayaran digital menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi keputusan pelanggan untuk tetap berbelanja. Pengelolaan strategi yang kurang optimal pada faktor-faktor tersebut berpotensi menurunkan tingkat loyalitas dan daya saing toko.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, promosi, pengalaman pelanggan, dan pembayaran digital terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Berkah Mandiri Swalayan di Kabupaten Kediri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *mixed methods* dengan jenis penelitian *sequential explanatory* yang diawali dengan pengumpulan data kuantitatif dan dilanjutkan dengan data kualitatif. Data kuantitatif diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 300 responden, sedangkan data kualitatif diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik, karyawan, pemasok, dan pelanggan untuk memperkuat dan menjelaskan hasil temuan kuantitatif.

Analisis data kuantitatif dilakukan menggunakan dua teknik, yaitu analisis faktor *principal component analysis* sebagai tahap eksploratori untuk mengidentifikasi adanya hubungan antarvariabel dan pembentukan faktor baru, serta analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh simultan dan parsial dari masing-masing variabel bebas terhadap loyalitas pelanggan. Analisis data kualitatif dilakukan secara naratif untuk memperdalam pemahaman terhadap hasil kuantitatif.

Hasil penelitian menggunakan analisis faktor menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan menjadi variabel yang paling dominan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menggunakan regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, promosi, pengalaman pelanggan, dan pembayaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, secara simultan. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa pembayaran digital tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan, promosi yang efektif, pengalaman belanja yang menyenangkan, dan kemudahan pembayaran digital dapat memperkuat hubungan jangka panjang antara pelanggan dengan toko.

ABSTRACT

This thesis entitled "The Influence of Service Quality, Promotion, Customer Experience, and Digital Payment on Customer Loyalty at Berkah Mandiri Supermarket in Kediri Regency," was written by Dina Permatasari, Student ID 126405213192, Sharia Business Management Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Sayyid Ali Rahmatullah State University of Tulungagung, with Supervisor Sri Eka Astutiningsih, SE., M.M.

Keywords: Service Quality, Promotion, Customer Experience, Digital Payment, Customer Loyalty

This research is motivated by increasing competition in the modern retail industry, particularly supermarkets, which demands companies maintain and enhance customer loyalty. In this context, service quality, promotions, customer experience, and digital payments are important factors that can influence customers' decisions to continue shopping. Suboptimal strategic management of these factors has the potential to reduce loyalty and competitiveness.

This study aims to analyze the influence of service quality, promotions, customer experience, and digital payments on customer loyalty at the Berkah Mandiri Supermarket Store in Kediri Regency. The research used a mixed methods method with a sequential explanatory approach, beginning with quantitative data collection and continuing with qualitative data collection. Quantitative data were obtained through questionnaires distributed to 300 respondents, while qualitative data were obtained through in-depth interviews with the owner, employees, suppliers, and customers to strengthen and explain the quantitative results.

Quantitative data analysis was conducted using two techniques: factor analysis principal component analysis as an exploratory step to identify relationships between variables and form new factors, and multiple linear regression analysis to examine the simultaneous and partial effects of each independent variable on customer loyalty. Qualitative data analysis was conducted narratively to deepen understanding of the quantitative results.

The results of the factor analysis study indicate that customer experience is the most dominant variable in shaping customer loyalty. The results of the multiple linear regression study indicate that service quality, promotions, customer experience, and digital payments simultaneously have a positive and significant effect on customer loyalty. The partial results indicate that digital payments do not have a positive and significant effect on customer loyalty. This study demonstrates that improving service quality, effective promotions, a pleasant shopping experience, and the convenience of digital payments can strengthen long-term relationships between customers and stores.