

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Customer Loyalty* dan *Brand Positioning* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Syari’ah Bakery Tulungagung” ini ditulis oleh Ariel Lisna Al Syahrani, NIM. 1742143036, pembimbing Hj. Amalia Nuril Hidayati, SE., M.Sy.

Saat ini usaha roti atau kue sedang marak-maraknya terutama di kota-kota besar hingga merambah ke berbagai daerah. Konsumen dihadapkan dengan berbagai pilihan roti atau kue, sehingga keputusan pembelian konsumen sangat diprioritaskan saat ini. Keputusan pembelian konsumen menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan suatu manajemen pemasaran dalam usaha atau bisnis. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa hal seperti *customer loyalty* dan *brand positioning*. Mengingat persaingan dalam dunia usaha sangatlah ketat, maka peneliti menguji pengaruh kedua variabel tersebut terhadap keputusan pembelian konsumen.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *simple random sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen di Toko Roti Syari’ah Bakery Tulungagung. Tahap selanjutnya, data kuesioner dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi.

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel *customer loyalty* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, dan variabel *brand positioning* juga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel *customer loyalty* dan *brand positioning* berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dalam keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci : *customer loyalty*, *brand positioning*, keputusan pembelian konsumen.

ABSTRACT

Thesis entitled "The Influence of Customer Loyalty and Brand Positioning on Consumer Purchase Decision In Syari'ah Bakery Tulungagung" was written by Ariel Lisna Al Syahrani, NIM. 1742143036, mentor Hj. Amalia Nuril Hidayati, SE., M.Sy.

Currently the business of bread or cakes are rampant, especially in big cities until the regions. Consumers are faced with a wide selection of bread or cakes, so that consumer purchase decisions are highly prioritized today. Consumer purchasing decisions become one of the benchmarks of success of a marketing management in a business. Purchasing decisions can be affected by several things such as customer loyalty and brand positioning. The competition in the business is very strict, researchers will do a test entitled the influence of these two variables on consumer purchasing decisions.

The technique used in sampling in this research is simple random sampling. The sample used in this research is consumer in Syari'ah Bakery Tulungagung. The next stage, the questionnaire data is analyzed by using multiple linear regression analysis that serves to prove the research hypothesis. Data that is tested the validity test, test reliability, classical assumption test processed so as to produce regression equation.

Hypothesis testing using t-test indicates that customer loyalty variable have a significant positive effect on consumer purchasing decision, and variable of brand positioning also have a significant positive effect to consumer purchasing decision. Then through the F-test that customer loyalty and brand positioning have positive and significant influence together in consumer purchasing decision.

Keywords: customer loyalty, brand positioning, consumer purchase decision.