

ABSTRAK

Irodah Konita, 2021, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Di Catering Warung Mantap, Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura, Pembimbing: Reza Mubarak, M.Si.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Loyalitas Konsumen, Catering Makanan.*

Catering Warung Mantap merupakan salah satu usaha catering yang ada di Kabupaten Pamekasan yang terletak di Jalan Segara 183, Kelurahan Jungcangcang. Catering Warung Mantap berdiri pada tahun 2015 yang menerima banyak orderan dari pesanan konsumen, dan terdapat konsumen yang loyal. Loyalitas konsumen merupakan komitmen konsumen terhadap suatu produk yang tercermin dalam pembelian ulang. Sebagai upaya menciptakan loyalitas konsumen, seorang pengusaha harus memiliki strategi pemasaran dalam memasarkan produknya. Salah satu strategi pemasaran untuk menciptakan loyalitas konsumen adalah *marketing mix* (bauran pemasaran). Bauran pemasaran (4P) meliputi kualitas produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*) dan promosi (*promotion*). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan promosi terhadap loyalitas konsumen di Catering Warung Mantap, Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis hubungan kausal. Data dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Menentukan sampel dengan metode *sampling insidental* memperoleh sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus Lemeshow. Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan uji kualitas data, analisis regresi berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *Pertama*, kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen di Catering Warung Mantap, Pamekasan, hal ini ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,097 > 1,985$) dengan signifikan $0,000 < \alpha$ ($0,05$). *Kedua*, harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Catering Warung Mantap, Pamekasan, hal ini ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,893 < 1,985$) dengan signifikan $0,374 > \alpha$ ($0,05$). *Ketiga*, lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen di Catering Warung Mantap, Pamekasa, hal ini ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,869 > 1,985$) dengan nilai signifikan $0,000 < \alpha$ ($0,05$). *Keempat*, promosi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen di Catering warung Mantap, Pamekasan, hal ini ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,046 > 1,985$) dengan nilai signifikan $0,044 < \alpha$ ($0,05$). Secara uji simultan (F) kualitas produk, harga, lokasi dan promosi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Catering Warung Mantap, Pamekasan, dengan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($52,92 > 2,47$) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.