

ABSTRAK

Corry Friskilla Sitompul, NIM 7153210007 “Pengaruh Responsiveness, Empathy Dan Variasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Bumbu UD. Sari Minang Medan.”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Responsiveness*, *Empathy*, dan Variasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Bumbu UD. Sari Minang Medan. Sampel dari penelitian ini sebanyak 93 responden yang merupakan konsumen toko bumbu UD. Sari Minang Medan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis datanya adalah primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinan.

Dari hasil uji validitas setiap indikator variabel dinyatakan valid sehingga dapat digunakan dalam penelitian. Uji reliabilitas setiap variabel memperoleh nilai cronbach alpha lebih besar dari pada nilai r_{hitung} , sehingga dapat dikatakan kuesioner setiap variabelnya adalah reliabel. Dari uji F diperoleh bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka semua variabel berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Dari uji t diperoleh t_{hitung} *responsiveness*, *empathy*, dan variasi produk lebih besar dari t_{tabel} maka masing - masing variabel dikatakan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Koefisien determinasi mempunyai nilai Adjusted R^2 sebesar 59,8%. Artinya variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 59,8% sisanya 40,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk kedalam model regresi ini.

Kata Kunci : *Responsiveness, Empathy, Variasi Produk, Loyalitas Pelanggan*

THE
Character Building
UNIVERSITY

ABSTRACT

Corry Friskilla Sitompul, NIM 7153210007 "The Effect of Responsiveness, Empathy and Product Variation on Customer Loyalty at Seasoning Stores UD. Sari Minang Medan. "

This study aims to determine the effect of Responsiveness, Empathy, and Product Variation on Customer Loyalty at Seasoning Stores UD. Sari Minang Medan. Samples from this study were 93 respondents who were consumers of seasoning stores UD. Sari Minang Medan. The type of research used in this study is a survey with sampling techniques using purposive sampling technique. The data type is primary. Methods of collecting data using a questionnaire. The analysis technique used is multiple linear regression, t test, f test, and test of the determinant coefficient.

From the results of the validity test each variable indicator is declared valid so that it can be used in research. The reliability test of each variable obtained a Cronbach alpha value greater than the calculated value, so that it can be said that the questionnaire for each variable is reliable. From the F test, it is found that Fcount is greater than Ftable, so all variables have a significant effect simultaneously on customer loyalty. From the t test obtained t count the responsiveness, empathy, and product variation greater than ttable, then each variable is said to have a significant effect on customer loyalty. The coefficient of determination has an adjusted R² value of 59.8%. This means that the independent variable is able to explain the dependent variable of 59.8%, the remaining 40.2% is explained by other variables not included in this regression model.

Keywords: Responsiveness, Empathy, Product Variation, Customer Loyalty

THE
Character Building
UNIVERSITY