

ABSTRAK

RAYMOND WILFRIT SARAGI, NIM 709210054. Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, dan Nilai Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan Ucok Durian Medan. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNIMED tahun 2016.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas produk dan nilai emosional terhadap loyalitas pelanggan Ucok Durian Medan. Populasi dalam Penelitian ini adalah 2000 orang, teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 95 orang.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui angket (Kuesioner) yang pengukurannya menggunakan skala Likert dan diolah secara statistik dengan metode analisis regresi linear berganda dengan persamaan struktural $Y=a+b_1X_1+b_2X_2+b_3X_3+e$ serta diolah dengan menggunakan SPSS 19.0 for windows.

Dari hasil analisis data maka diperoleh persamaan analisis regresi linear berganda $Y=1,130+0,332X_1+0,329X_2+0,377X_3+e$. Kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat diketahui dengan koefisien determinasi (R^2) dengan hasil sebesar 49,4% yang artinya loyalitas pelanggan dapat dijelaskan dengan kualitas produk, lokasi dan nilai emosional dan sisanya sebesar 50,6% dijelaskan oleh variabel lain.

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan uji F dengan nilai $F_{hitung} (29,653) > F_{tabel} (2,705)$. Dari hasil perhitungan diatas dapat dikatakan bahwa kualitas produk, lokasi dan nilai emosional berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Ucok durian Medan. Secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $t_{hitung} > t$ yaitu $6,833 > 1,986$, lokasi terhadap loyalitas $2,003 > 1,986$ dan nilai emosional terhadap loyalitas pelanggan $2,027 > 1,986$.

Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima yaitu ada pengaruh kualitas produk, lokasi dan nilai emosional secara parsial maupun secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Ucok Durian Medan.

Kata kunci : Kualitas Produk, Lokasi, Nilai Emosional, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

RAYMOND WILFRIT SARAGI, NIM 709210054. Effect of Product Quality, Location, and Value on Customer Loyalty Emotional Ucok Durian Medan. Thesis Department of Management Faculty of Economics UNIMED 2016.

This study aims to determine and describe the influence of product quality and emotional value on customer loyalty Ucok Durian Medan. The population in this study was 2000 people, sampel retrieval techniques using purposive sampling method with a total sample of 95 people.

Data collection techniques used is through a questionnaire (Questionnaire) the measurement using a Likert scale and statistically processed by the method of multiple linear regression analysis with structural equation $Y = a + b_1x_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$ and analyzed using SPSS 19.0 for windows.

From the data analysis of the obtained multiple linear regression equation $Y = 1.130 + + 0,377X_3 0,329X_2 0,332X_1 + + e$. Contribution of independent variables on the dependent variable determined by the coefficient of determination (R^2) with hasi 49.4%, which means customer loyalty can be explained by the quality of the product, the location and the emotional value and the balance of 50.6% is explained by other variables.

To test this hypothesis, F test with a value of $F (29.653) > F_{table} (2,705)$. From the above calculation, it can be said that the quality of the product, location and value simultaneously emotional effect on customer loyalty Ucok durian Medan. Partially affect product quality to customer loyalty with $t_{count} > t$ ie $6.833 > 1.986$, the location of the loyalty of $2.003 > 1.986$ and emotional value on customer loyalty $2.027 > 1.986$.

Thus the hypothesis in this study can be accepted that there is influence product quality, location and value emotional partially or simultaneously on customer loyalty Ucok Durian Medan.

Keywords: Quality Products, Locations, Emotional Value, Customer Loyalty