

**"PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA KEDAI KOPI JANJI JIWA)
DI NGANJUK"**

Nama Mahasiswa : Indah Astri Widiyasari

Email : astrisongo8@gmail.com

Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing:
Dr. Budi Rahayu, M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan pada kedai kopi janji jiwa di Nganjuk. Pengaruh yang ingin diketahui adalah pengaruh langsung maupun tidak langsung. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan karakteristik konsumen yang berkunjung pada kedai Kopi Janji Jiwa di Nganjuk. Metode pengumpulan data menggunakan studi pustaka, observasi, kuesioner. Uji yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Dari hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan koefisien regresi bernilai 0,603. Secara parsial promosi penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi $0,325 > 0,05$ koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,171. Sedangkan secara simultan kualitas produk dan promosi penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan hal ini dibuktikan dengan $F_{hitung} (30,632) > F_{tabel} (3,09)$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : kualitas produk, promosi penjualan, loyalitas pelanggan

**"INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND SALES PROMOTION ON
CUSTOMER LOYALTY
(CASE STUDY SOUL'S JANJI JIWA COFFEE SHOP)
AT NGANJUK"**

Student Name : Indah Astri Widiyasari
Email : astrisongo8@gmail.com
Faculty of Economics, University of Kadiri

Supervisor:
Dr. Budi Rahayu, MM

This study aims to determine the effect of product quality and sales promotion on customer loyalty at the Janji Jiwa coffee shop in Nganjuk. The effect that we want to know is the direct or indirect effect. This type of research uses a quantitative approach that explains the causal relationship between variables through hypothesis testing. This study used a sample of 100 respondents. Sampling used a *purposive sampling technique* with the characteristics of consumers who visited the Kopi Janji Jiwa shop in Nganjuk. Methods of data collection using literature study, observation, questionnaires. The tests used are validity tests, reliability tests, multiple regression analysis tests, and hypothesis testing. From the results of this test, it can be concluded that partially product quality has a significant effect on customer loyalty, this is evidenced by a significance level of $0.000 < 0.05$ with a regression coefficient of 0.603. Partially, sales promotion has no significant effect on customer loyalty, this is evidenced by the significance level of $0.325 > 0.05$, the regression coefficient is positive at 0.171. While simultaneously product quality and sales promotion have a significant influence on customer loyalty, this is evidenced by $F_{\text{count}}(30,632) > F_{\text{table}}(3.09)$ with a significance level of $0.000 < 0.05$.

Keywords: product quality, sales promotion, customer loyalty