

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA HYPERMART CENTRAL PLAZA BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**ANITA SARI**

Persaingan bisnis ritel di Bandar Lampung sangat kompetitif, hal ini terlihat begitu banyaknya pelaku usaha yang membuka bisnis yang sama di Bandar Lampung. Menjamurnya gerai ritel di pusat perbelanjaan membuat masyarakat Lampung memiliki banyak alternatif pilihan sarana perbelanjaan guna memenuhi kebutuhan mereka. Kesamaan akan jenis produk yang ditawarkan membuat masing-masing gerai melakukan upaya tambahan untuk meraih loyalitas pelanggannya di pasar ritel. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Hypermart Central Plaza Bandar Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Hypermart Central Plaza Bandar Lampung.

Berdasarkan penilaian sementara, hipotesis pada penelitian ini adalah bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Hypermart Central

Plaza Bandar Lampung. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan metode *purposive sampling* yang menghususkan pada responden yang melakukan aktifitas belanja, ataupun seseorang yang pernah berbelanja minimal 3 kali dalam kurun waktu 6 bulan terakhir dan peneliti menggunakan alat analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menyebutkan bahwa variabel bukti fisik, empati, keandalan, ketanggapan, serta jaminan dan kepastian berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien regresi berganda tertinggi terdapat pada variabel jaminan dan kepastian yaitu 0,282 dan terendah 0,144 pada variabel empati. Selain itu, uji simultan (uji F) pada variabel loyalitas bernilai 0.000 yang berarti bernilai signifikan baik, dengan koefisien determinasi (*Adjust R<sup>2</sup>*) sebesar 0,48, yang artinya variabel kualitas layanan berpengaruh 48% terhadap loyalitas pelanggan.

Melihat hasil uji tersebut, maka Hypermart Central Plaza Bandar Lampung dapat mempertahankan kinerja dari variabel Jaminan dan Kepastian (*Assurance*), Bukti Fisik (*Tangibles*), dan Keandalan (*Reliability*). Hal ini dikarenakan ketiga variabel ini berdampak paling baik dari variabel lainnya. Kemudian Hypermart perlu meningkatkan kinerja untuk variabel Ketanggapan (*Responsiveness*) dan variabel Empati (*Emphaty*) karena kedua variabel ini berpengaruh paling rendah dibandingkan ketiga variabel sebelumnya.

**Kata kunci** :, kualitas layanan, loyalitas pelanggan, *purposive sampling*