

## ABSTRAK

Dalam penelitian ini, penulis bertujuan untuk mengetahui pengaruh support promo, produk dan tempat terhadap loyalitas konsumen pada pemakai produk Soffell di Surabaya. Penelitian menggunakan metode kuantitatif yaitu penelitian yang menitikberatkan pada pengujian hipotesa dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat di generalisasikan. Pengambilan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling* di Surabaya dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang responden. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode statistik menggunakan analisis linear berganda dan diolah dengan program SPSS 16.0. Hasil yang di dapat dari penelitian menunjukkan bahwa support promo, produk dan tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang digunakan sesuai hipotesis maka dapat diambil kesimpulan uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $t_{tabel}$  untuk variabel support promo, produk dan tempat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa variabel support promo, produk dan tempat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen diterima. Adapun nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) didapatkan sebesar 0,734 atau sebesar 73,4%. Artinya bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat sebesar 73,4%, sedangkan sisanya sebesar 26,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian ini.

Kata Kunci : Support Promo, Produk, Tempat, Loyalitas Konsumen.

## **ABSTRACT**

*In this study, the author aims to determine the effect of promo support, products and places on consumer loyalty to the use of Soffell products in Surabaya. The research uses quantitative methods, namely research that focuses on testing hypotheses with statistical method analysis tools and producing conclusions that can be generalized. Sampling used the Purposive Sampling method in the Surabaya with a total sample of 100 respondents. This type of research is quantitative with statistical methods using multiple linear analysis and processed with SPSS 16.0 program. The results obtained from the study showed that promo support, products and places had a positive and significant effect on consumer loyalty, based on the results of research and discussion used according to the hypothesis, it can be concluded that the  $t_{count}$  value greater than  $t_{table}$  for the promo support variable, product and place affect consumer loyalty. Thus the hypothesis which states that the variable support promo, product and place affect consumer loyalty is accepted. The value of the coefficient of determination ( $R^2$ ) was obtained at 0.734 or 73.4%. This means that the independent variable has an influence on the dependent variable by 73.4%, while the remaining 26.6% is influenced by other factors outside the variables of this study.*

*Keywords: Promo Support, Product, Place, Consumer Loyalty.*