

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Promosi *Online*, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Molen Mini “Gulunganku” (Studi kasus terhadap konsumen Molen Mini “GULUNGANKU” di Grup Facebook Kuliner Waru Sidoarjo). Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan dengan menggunakan uji SPSS 17. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli molen mini lebih dari kali yaitu ditemukan sebanyak 52 populasi. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *Nonprobability Sampling* dan menggunakan sampel jenuh karena peneliti menggunakan semua anggota populasi. Dalam menganalisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, uji t (parsial) dan uji f (simultan). Hasil pengujian membuktikan bahwa promosi *online*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan masing-masing berpengaruh secara parsial dengan loyalitas konsumen dengan hasil uji t yaitu : promosi *online* $t_{hitung} 2,390 > t_{tabel} 2,010$; $t_{hitung} 3,279 > t_{tabel} 2,010$; $t_{hitung} 2,064 > t_{tabel} 2,010$, berdasarkan hasil uji f menyatakan bahwa promosi *online*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen dengan dibuktikan dengan hasil uji spss 17 yaitu $f_{hitung} 38,320 > f_{tabel} 3,18$. Koefisien determinasi menghasilkan sebesar 68,7% dipengaruhi oleh variabel promosi *online*, kualitas produk, serta kualitas pelayanan, dan sisanya sebesar 31,3% dipengaruhi oleh variabel lain

Kata kunci : Promosi Online, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect between PromotionOnline, Product Quality and Service Quality Towards Consumer Loyalty Molen Mini “My Roll” (Case study of Molen Mini consumers“GULUNGANKU” in Waru Sidoarjo Culinary Facebook Group). In this research using quantitative methods and by using the SPSS 17 test. The population of this study are consumers who have purchased a molen mini more than twice that was found as many as 52 populations. retrieval techniques sample, namely using Nonprobability Sampling and using sample saturated because the researcher used all members of the population. In analyze data using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear analysis, t test (partial) and f test (simultaneous). Test result prove that online promotion, product quality, and service quality each has a partial effect on consumer loyalty with the results of the t-test are: online promotion $t_{count} 2,390 > t_{table} 2,010$; $t_{count} 3,279 > t_{table} 2,010$; $t_{count} 2,064 > t_{table} 2,010$, based on the results of the f test states that promotion online, product quality, and service quality affect simultaneously on consumer loyalty as evidenced by the results of the SPSS 17 test, namely $f_{count} 38.320 > f_{table} 3.18$. The coefficient of determination yields 68.7% influenced by online promotion variables, product quality, and quality service, and the remaining 31.3% is influenced by other variables.

Keyword : Online Promotion, Produk Quality, Service Quality, Consumer Loyalty