

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan program loyalitas terhadap peningkatan penjualan pada Superindo di Kota Semarang. Sektor ritel modern yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk tidak hanya menyediakan produk yang beragam, tetapi juga memberikan kualitas pelayanan yang tinggi dan menjalankan program loyalitas yang efektif sebagai strategi dalam mempertahankan pelanggan dan mendorong peningkatan penjualan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan yang berbelanja di Superindo Kota Semarang dengan jumlah sampel sebanyak 173 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1) dan program loyalitas (X2), sedangkan variabel dependennya adalah peningkatan penjualan (Y). Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,402 dan nilai signifikansi 0,000; (2) program loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,606 dan nilai signifikansi 0,000; serta (3) kualitas pelayanan dan program loyalitas bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan dengan nilai F sebesar 170,830 dan signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,668 menunjukkan bahwa kedua variabel independen tersebut mampu menjelaskan 66,8% variasi peningkatan penjualan, sementara 33,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, program loyalitas, peningkatan penjualan, ritel modern, Superindo