

## ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan di bidang bisnis ritel khususnya toko kelontong yang ditandai dengan banyak bermunculannya *minimarket* dalam beberapa tahun belakangan ini. Toko Sari mengalami penurunan pelanggan dalam empat bulan terakhir yaitu pada Januari hingga April 2013. Disamping itu Toko Sari juga memiliki beberapa kompetitor seperti Indomaret, Alfamart dan toko kelontong lainnya.

Penelitian ini dilakukan pada Toko Sari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari tiga variabel yaitu lokasi (X1), persepsi harga (X2) dan kualitas layanan (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada saat membeli di Toko Sari. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa kuesioner terhadap 75 responden, yang bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda dan uji goodness of fit (uji F, uji t, koefisien determinasi).

Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel lokasi, persepsi harga dan kualitas layanan semuanya berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Toko Sari dengan kualitas layanan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, disusul dengan persepsi harga dan lokasi. Ketiga variabel ini berpengaruh sebesar 54,1%, terhadap loyalitas pelanggan sedangkan sisanya sebesar 45,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci : Loyalitas Pelanggan, Lokasi, Persepsi Harga, Kualitas Layanan.