ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada ritel modern. Obyek penelitian ini adalah Swalayan Berkah Bangsri Jepara. Permasalahan penelitian merujuk pada fenomena bisnis Swalayan Berkah Bangsri Jepara. Oleh karenanya permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut : bagaimana meningkatkan loyalitas konsumen sesuai dengan harapan perusahaan. Tujuan penelitian dirumuskan untuk mencari jawaban atas alur pencapaian loyalitas konsumen.

Permodelan yang dirumuskan pada penelitian ini bertujuan memberikan pemahaman yang kritis dalam konsep dan pengukuran loyalitas konsumen. Peneliti memasukan unsur harga yang diterima konsumen, produk yang diterima konsumen, mutu layanan yang diterima konsumen, dan kepuasan konsumen sebagai anteseden dan memiliki konsekuensi yang signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Metode purposif dan qouta telah dipilih untuk memperoleh data yang dibutuhkan pada studi ini. Penelitian ini mempergunakan 125 responden dan keseluruhan responden adalah konsumen Swalayan Berkah Bangsri Jepara. Sedangkan untuk analisis data mempergunakan Structural Equation Model dengan program komputer Amos 16.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan diantaranya bahwa harga yang diterima konsumen berdampak positip terhadap kepuasan konsumen. Produk yang diterima konsumen juga berdampak secara positip terhadap kepuasan konsumen. Mutu layanan yang diterima konsumen terhadap kepuasan konsumen adalah berdampak positip. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen adalah berakibat positip.

Kesimpulan akhir penelitian loyalitas konsumen dapat direkomendasikan sebagai masukan bagi pihak manajemen. Peneliti percaya bahwa pendekatan yang berkaitan dengan dimensi produk yang diterima konsumen dapat membantu manajer meningkatkan loyalitas konsumen.

Kata Kunci : *Harga yang Diterima Konsumen, Produk yang Diterima Konsumen, Mutu Layanan yang Diterima Konsumen, dan Kepuasan Konsumen, serta Loyalitas Konsumen*.