

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Toko Ritsany Mlati. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pelanggan pada Toko Ritsany. Pengambilan sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 responden dan teknik yang digunakan adalah purposive sampling. Alat analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda. Analisis ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, pengujian hipotesis melalui uji F dan uji t, serta analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ). Berdasarkan analisis yang dilakukan diperoleh bahwa: pengujian menggunakan uji F dapat diketahui variabel lokasi, persepsi harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Pengujian hipotesis dengan uji t yang menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu Lokasi (X1), Persepsi Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) yang terbukti secara positif dan signifikan mempengaruhi variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan (Y). Hasil dari *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,48 variabel loyalitas pelanggan mampu dijelaskan oleh tiga variabel independen.

**Kata kunci: Lokasi, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan**

## **ABSTRACT**

*The study aims to determine the effect of analysis of location, price perception and service quality on consumer loyalty Ritsany in Mlati. The population of this research is that consumers who ever bought and came to Ritsany Store. The samples in this study of 99 respondents and the techniques used are purposive sampling. The analysis tool used is multiple linear regression analysis method. This included: validity and reliability test, hypothesis testing through F test and t test, and analysis of the coefficient of determination ( $R^2$ ). Based on the analysis concuted found that: testing the hypothesis by using F knowlable variable location, price perception and service quality simultaneous effect on customer loyalty. Testing the hypothesis with t test shows that the third independent variable is location (X1), price perception (X2), service quality (X3) which proved to be positively and significantly effect the dependent variable is customer loyalty (Y). Results of Adjusted R Square that is by 0,48 customer loyalty variables able to be explained by the three independent variable.*

**Key Words: Location, Price Perception, Service Quality, Consumer Loyalty**