

**PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI DI RM BUNGO LADO DI KOTA PADANG**

Agrivina Claudia Sianturi¹, Mery Trianita, S.E., M.Si², Irda, S.E., M.A³
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta
E-mail: agrivina.claudia12@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menguji hubungan antara pengaruh lokasi dan promosi terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan rumah makan bungo lado yang bertempat di kota padang. Dengan jumlah sampel sebanyak 85 orang responden yang dipilih menggunakan teknik Purposive Sampling. Pengumpulan data primer menggunakan kuesioner dan pengumpulan data sekunder menggunakan survey terhadap pelanggan rumah makan bungo lado di kota padang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, lokasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan antara lokasi terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan antara promosi terhadap loyalitas pelanggan. Hipotesis yang paling dominan yaitu H5, pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini di tandai dengan adanya nilai t-statistik paling tinggi dan P values paling rendah .

Kata kunci : lokasi, promosi, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

THE INFLUENCE OF LOCATION AND PROMOTION ON LOYALTY CUSTOMERS WITH SATISFACTION CUSTOMERS AS A VARIABLE MEDIATION ON BUNGO LADO PADANG RESTAURANT CUSTOMERS

Agrivina Claudia Sianturi¹, Mery Trianita, S.E., M.Si², Irda, S.E., M.A³

¹Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University

E-mail: agrivina.claudia12@gmail.com

ABSTARCT

This study discusses the relationship between location interaction and promotion on loyalty customers with satisfaction customers as a mediating variable. The population in this study were Bungo Lado restaurant in Padang. With a sample size of 85 respondents selected using the Purposive Sampling technique. Primary data collection using a questionnaire and secondary data collection using a survey of bungo lado restaurant in padang. The results showed that location showed a positive and significant effect on customer satisfaction, location did not affect customer loyalty, promotion had a positive and significant influence on customer satisfaction, promotion had a positive and significant effect on customer loyalty, positive and significant customer satisfaction on customer loyalty, satisfaction customers mediate the relationship between location and customer loyalty, and satisfaction mediates the relationship between promotion and customer loyalty. The most dominant hypothesis is H5, the influence of the customer satisfaction on customer loyalty, this is marked by the highest t-statistic value and the lowest P value .

Keywords :location, Promotion Customer Loyalty, Customer Satisfaction