

ABSTRAK

Banyaknya e-commerce yang menjual berbagai macam produk fashion dengan harga yang lebih murah serta kemudahan dalam akses belanja tanpa keluar rumah, mendorong banyak konsumen berbondong-bondong untuk melakukan belanja online. Sehingga hal ini mengakibatkan banyak toko offline yang tidak dapat beradaptasi dengan serba digital kehilangan konsumen. Berbanding terbalik dengan toko Hijrah Store yang berada di kota Lhokseumawe, toko ini masih dapat mempertahankan konsumennya dengan memberikan kenyamanan dan pelayanan yang baik sesuai dengan kualitas produk. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh kenyamanan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada toko Hijrah Store Cabang II Lhokseumawe. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan non probability sampling dan didapat 100 responden sebagai sampel penelitian yang diperoleh dari rumus lameshow. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, uji instrumen, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis serta koefisien determinasi dengan bantuan program software SPSS 26.0.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kenyamanan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dengan nilai sig. untuk variabel kenyamanan sebesar ($0,003 < 0,05$) dan variabel kualitas pelayanan sebesar ($0,001 < 0,05$). Sedangkan secara simultan kenyamanan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai signifikansi yaitu ($0,000 < 0,05$).

Kata Kunci : Kenyamanan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

The number of e-commerce that sells a variety of fashion products at lower prices and the ease of access to shopping without leaving the house, encourages many consumers to flock to do online shopping. So that this results in many offline stores that cannot adapt to all digital losing consumers. In contrast to the Hijrah Store store in Lhokseumawe city, this store can still retain its customers by providing comfort and good service in accordance with product quality. This study aims to see how the influence of convenience and service quality on consumer loyalty at the Hijrah Store Branch II Lhokseumawe store. This study uses descriptive quantitative research methods using non probability sampling and obtained 100 respondents as a research sample obtained from the slovin formula. The data analysis method used in this study is multiple linear regression analysis, instrument test, classical assumption test and hypothesis testing and the coefficient of determination with the help of the SPSS 26.0 software program.

The results showed that partially the comfort and service quality variables had a positive and significant effect on customer loyalty. With a sig value for the convenience variable of ($0.003 < 0.05$) and a service quality variable of ($0.001 < 0.05$). While simultaneously convenience and service quality have a significant effect on consumer loyalty with a significance value of ($0.000 < 0.05$).

Keywords: Convenience, Service Quality, Consumer Loyalty