

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 lapak sepatu yang berada di kota Rantau Prapat, toko ini masih dapat mempertahankan konsumennya dengan memberikan pelayanan yang baik dan harga yang sesuai dengan kualitas produk. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen pada toko lapak sepatu Rantau Prapat. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan *non probability sampling* didapat 100 responden sebagai sampel penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program *software* SPSS 25.0. Penelitian ini menggunakan analisis linear berganda dengan uji instrumen data berupa uji validitas dan reliabilitas. Uji asumsi klasik berupa uji normalitas data, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Terakhir dilakukan uji hipotesis berupa uji parsial, uji simultan dan uji determinasi. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dengan nilai sig. untuk variabel kualitas pelayanan sebesar $(0,010 < 0,05)$ dan variabel harga sebesar $(0,000 > 0,05)$. Sedangkan secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai F hitung lebih besar dari F tabel $(86,021 > 3,09)$ atau nilai signifikansi yaitu $(0,000 < 0,05)$.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

The number of e-commerce that sells a variety of fashion products with cheaper prices and easy access to shopping without leaving home. cheaper prices and easy access to shopping without leaving home, encourages many consumers to flock to do online shopping. online. So that this results in many offline stores that cannot adapt to digital adapt to all-digital lost consumers. In contrast to shoe shop in the city of Rantau Prapat, this shop can still retain its customers by providing good service and good customer service. retain its customers by providing good service and prices that match the quality of the product. This study aims to see how the effect of service quality and price on customer loyalty at the Rantau Prapat shoe stall shop. price on consumer loyalty at the Rantau Prapat shoe store. Research This research uses descriptive quantitative research with using non probability sampling obtained 100 respondents as a research sample. Data analysis used in this study using multiple linear regression with the help of the SPSS 25.0 software program. This study uses multiple linear analysis with data instrument tests in the form of validity and reliability tests. in the form of validity and reliability tests. The classical assumption test is in the form of data normality test, multicollinearity test, and multicollinearity test. multicollinearity test, and heteroscedasticity test. Finally, hypothesis testing is carried out in the form of partial tests, simultaneous tests and determination tests. From the research results shows that partially the variables of service quality and price have a positive and significant effect on customer loyalty. have a positive and significant effect on customer loyalty. With a value of sig. for the service quality variable of $(0.010 < 0.05)$ and the price variable of $(0.000 > 0.05)$. variable amounted to $(0.000 > 0.05)$. While simultaneously service quality and price have a significant effect on consumer loyalty with the value of F count greater than the F table $(86.021 > 3.09)$ or the significance value is $(0.000 < 0.05)$.

Keywords: Service Quality, Price, Consumer Loyalty