

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: tanggapan konsumen mengenai keragaman produk pada minimarket Circle K cabang Burangrang Bandung, tanggapan konsumen mengenai harga pada minimarket Circle K cabang Burangrang Bandung, tanggapan mengenai loyalitas konsumen pada pada minimarket Circle K cabang Burangrang Bandung, serta untuk mengetahui seberapa besar tanggapan konsumen mengenai pengaruh keragaman produk dan harga terhadap loyalitas konsumen pada minimarket Circle K cabang Burangrang Bandung.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah konsumen minimarket Circle K cabang Burangrang Bandung, dengan total sampel sebanyak 99 responden. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan skunder. Data analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi.

Secara keseluruhan hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh keragaman produk dan harga terhadap loyalitas konsumen, namun besarnya pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen dalam penelitian ini lebih besar dibandingkan dengan keragaman produk terhadap loyalitas konsumen. Besarnya tanggapan konsumen mengenai harga sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, akan tetapi keragaman produk tidak terlalu berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Keragaman Produk, Harga, dan Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

This study aimed to analyze: the responses konsumen on the products assortment on a minimarket Circle K branch Burangrang Bandung, consumer feedback on the price at the minimarket Circle K branch Burangrang Bandung, feedback on customer loyalty at the minimarket Circle K branch Burangrang Bandung, as well as to determine how much feedback consumers about the effect of the products assortment and prices on consumer loyalty to the Circle K mini Burangrang Bandung branch.

The method used in this research is descriptive and verification methods. The object of this research is that consumer minimarket Circle K Burangrang branch Bandung, with a total sample of 99 respondents. Data collected in the form of primary and secondary data. Data analysis used is multiple linear analysis, correlation and coefficient of determination.

Overall there are significant research results show the products assortment and prices on consumer loyalty, but the magnitude of the effect of price on consumer loyalty in this study is greater than the products assortment on consumer loyalty. The magnitude of consumer responses regarding pricing influence on consumer loyalty, but products assortment does not significantly affect customer loyalty.

Keywords: Product Assortment, Price and Consumer Loyalty