

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya menjaga loyalitas pelanggan di tengah persaingan ketat dan munculnya produk substitusi, sehingga diperlukan pemahaman mendalam mengenai faktor yang memengaruhinya, khususnya kualitas produk dan akses lokasi. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan akses lokasi terhadap loyalitas pelanggan KPSBU Lembang, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif verifikatif. Sampel penelitian berjumlah 86 Pelanggan yang merupakan pelanggan KPSBU Lembang, diperoleh melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan dengan kuesioner menggunakan skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk (t hitung = 6,480 > t tabel = 1,989, sig. 0,000) dan akses lokasi (t hitung = 4,757 > t tabel = 1,989, sig. 0,000) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara simultan, kedua variabel tersebut juga berpengaruh signifikan (F hitung = 439,325 > F tabel = 3,11, sig. 0,000) dengan koefisien determinasi R^2 sebesar 0,914. Temuan ini menegaskan bahwa 91,4% variasi loyalitas pelanggan dijelaskan oleh kualitas produk dan akses lokasi, sementara 8,6% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Penelitian ini berimplikasi pada perlunya peningkatan konsistensi kualitas produk serta perbaikan aspek visibilitas dan kenyamanan lokasi agar loyalitas pelanggan semakin kuat. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, dan kualitas pelayanan guna memperluas pemahaman mengenai faktor pembentuk loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Akses Lokasi, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This study is motivated by the importance of maintaining customer loyalty amid intense competition and the presence of substitute products, requiring a deeper understanding of the influencing factors, particularly product quality and location accessibility. The main objective of this research is to examine the extent to which product quality and location accessibility affect customer loyalty at KPSBU Lembang, both partially and simultaneously. This research applied a quantitative method with a descriptive-verification approach. The sample consisted of 86 Pelanggans, selected using purposive sampling, who are customers of KPSBU Lembang. Data were collected through questionnaires using a Likert scale and analyzed with multiple linear regression using SPSS software. The findings reveal that product quality ($t = 6.480 > t \text{ table} = 1.989$, sig. 0.000) and location accessibility ($t = 4.757 > t \text{ table} = 1.989$, sig. 0.000) both have a positive and significant effect on customer loyalty. Simultaneously, these variables also significantly influence customer loyalty ($F = 439.325 > F \text{ table} = 3.11$, sig. 0.000) with a coefficient of determination (R^2) of 0.914. This indicates that 91.4% of customer loyalty variation is explained by product quality and location accessibility, while the remaining 8.6% is influenced by other factors beyond this study. The results imply that KPSBU needs to enhance product quality consistency and improve location visibility and convenience to strengthen customer loyalty. Future research is recommended to include additional variables such as price, promotion, and service quality to broaden the understanding of customer loyalty determinants.

Keywords: *Product Quality, Location Accessibility, Customer Loyalty.*