

ABSTRACT

PRICILLYA

03013210031

THE INFLUENCE OF MARKETING, ATMOSPHERE AND BRAND IMAGE TOWARDS CUSTOMERS LOYALTY AT WARUNG MAK BENG

(xvi+, 86 pages; 10 figures; 48 tables; 9appendixes)

. Customers Loyalty at Warung Mak Beng has decreased. Obviously, this decrease in customer loyalty has an impact on the decline in sales at Warung Mak Beng. The objective of this study are analyze the Marketing, Atmosphere and Brand Image have partial and simultaneous influence towards Customers Loyalty at Warung Mak Beng.

Marketing, atmosphere and brand image play an important role in increasing customers loyalty.

In this research, the writer used quantitative, descriptive, causal research design and IBM SPSS statistics version 26. The sampling technique used was Convenient sampling. The sample size was 140 respondents at Warung Mak Beng.

This research passed the validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test. The results of hypothesis test showed that marketing, atmosphere and brand image have partial and simultaneous influence towards customers loyalty at Warung Mak Beng and adjusted R square value of 51.2%.

Recommendations for Warung Mak Beng can improve marketing with promotions, focus on using social media, paid advertising, discount offers, and collaboration with influencers, improve the lighting at Warung Mak Beng is a combination of natural and artificial lighting and the image of Warung Mak Beng can focus on maintaining the legendary concept and theme, quality improvement, and effective marketing.

Keywords: Marketing, Atmosphere, Brand Image, Customer Loyalty

References: 26 (2020-2025)

ABSTRAK

PRICILLYA

03013210031

PENGARUH PEMASARAN, ATMOSFER DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN WARUNG MAK BENG

(xvi+, 86 halaman; 10 gambar; 48 tabel; 9 lampiran)

Loyalitas Pelanggan di Warung Mak Beng mengalami penurunan. Tentunya penurunan loyalitas pelanggan ini berdampak pada penurunan penjualan di Warung Mak Beng. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah Pemasaran, Suasana dan Citra Merek memiliki pengaruh secara parsial dan simultan terhadap Loyalitas Pelanggan di Warung Mak Beng.

Pemasaran, atmosfer dan citra merek memainkan peran penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan desain penelitian kuantitatif, deskriptif, kausal, dan IBM SPSS statistik versi 26. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Warung Mak Beng. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Convenience sampling. Jumlah sampel sebanyak 140 responden di Warung Mak Beng.

Penelitian ini telah melewati uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa pemasaran, atmosfer dan citra merek berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap loyalitas pelanggan Warung Mak Beng dan nilai adjusted R square sebesar 51,2%.

Rekomendasi untuk Warung Mak Beng dapat meningkatkan pemasaran dengan promosi, fokus pada penggunaan media sosial, iklan berbayar, penawaran diskon, dan kolaborasi dengan influencer, meningkatkan pencahayaan di Warung Mak Beng yaitu kombinasi pencahayaan alami dan buatan dan citra Warung Mak Beng dapat fokus pada mempertahankan konsep dan tema legendaris, peningkatan kualitas, dan pemasaran yang efektif.

Kata Kunci: Pemasaran, Suasana, Citra Merek, Pelanggan Loyalitas
Referensi 26 (2020-2025)