

## ABSTRAK

Kholila, Dewi Waqiatul. 2018. Skripsi. **“Pengaruh Atmosfer Toko dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Galeri Elzatta Kota Probolinggo”**  
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian ini dilakukan pada Galeri Elzatta Kota Probolinggo dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh atmosfer toko dan promosi secara parsial dan simultan terhadap loyalitas konsumen dan untuk mengetahui variabel manakah antara atmosfer toko yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas konsumen.

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan asosiatif, yaitu penelitian yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui dan kemudian hasilnya diuraikan secara deskriptif dan asosiatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dokumentasi dan kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 47 member dari 117 member yang merupakan konsumen Galeri Elzatta Kota Probolinggo dengan menggunakan *Purposive Sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis kualitas data, analisis asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis determinasi dan hipotesis regresi dengan SPSS 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial atmosfer toko dan promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Atmosfer berpengaruh sebesar 3,467 terhadap loyalitas konsumen dan promosi berpengaruh sebesar 5,350 terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan melalui uji Anova didapatkan nilai F hitung sebesar 50,735 atau  $\text{sig } (0,000) < \alpha (0,05)$  yang berarti atmosfer toko dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas konsumen. Hasil uji hipotesis baik secara individual (parsial) maupun bersama-sama (simultan) membuktikan bahwa hipotesis yang disampaikan dapat diterima yaitu “Ada pengaruh yang signifikan antara atmosfer toko dan promosi terhadap loyalitas konsumen.” Berdasarkan hasil perhitungan nilai uji t variabel promosi berpengaruh dominan terhadap loyalitas konsumen sebesar 5,350.

**Kata Kunci : atmosfer toko, promosi, dan loyalitas konsumen**