

ABSTRAK

Loyalitas pelanggan di pengaruhi berbagai hal salah satunya adalah *Marketing Strategy, Marketing Communication, Dan Service Quality* Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan *Marketing Strategy, Marketing Communication, Dan Service Quality* terhadap loyalitas pelanggan pada produk UMKM tempe Kelurahan Sukomulyo Lamongan. selain itu penelitian ini juga digunakan untuk menguji persamaan regresi baik secara parsial, simultan maupun yang dominan diantara variabel *Marketing Strategy, Marketing Communication, dan Service Quality* untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada produk UMKM tempe Kelurahan Sukomulyo Lamongan. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat desa Bandung sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 responden. Metode analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji korelasi berganda, dan uji koefisien determinasi, uji t, dan uji F. Berdasarkan hasil dari persamaan regresi diperoleh nilai $Y = 0,916 + 0,464 X_1 + 0,431 X_2 + 0,190 X_3$. Hasil dari uji (parsial) X_1 memperoleh nilai $t_{hitung} 6,108 > t_{tabel} 2,028$, X_2 memperoleh nilai $t_{hitung} 6,672 > t_{tabel} 2,028$, dan X_3 memperoleh nilai $t_{hitung} 2,519 > t_{tabel} 2,028$. Hasil uji F (simultan) diperoleh $f_{hitung} 384,747 > f_{tabel} 2,87$. Maka dari penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa *Marketing Strategy, Marketing Communication, Dan Service Quality* secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dan dari persamaan regresi diatas menunjukkan bahwa variabel *Marketing Strategy* berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas pelanggan pada produk UMKM tempe Kelurahan Sukomulyo Lamongan.

Kata Kunci : *Marketing Strategy, Marketing Communication, Service Quality, Loyalitas pelanggan*