

## ABSTRAK

**Aiga Nur Aminawarni.** 2022. *Pengaruh Pelayanan, Tempat Strategis, Ketersediaan Produk Dan Costumer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Warung Wadai Mama Ega Banjar Indah Pada Masa Pandemi Covid-19.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Pati Matu Jahra, S.Ag., M.S.I.

**Kata Kunci:** Pelayanan, Ketersediaan Produk, *Costumer Relationship Marketing*

Penelitian ini berawal dari bagaimana warung wadai mama ega khususnya di masa pandemi tetap buka dan tidak terlalu menurun pendapatan beliau bagaimana beliau menyiasati akan tetap buka, tujuan penelitian ini adalah mengetahui pelayanan, tempat strategis, ketersediaan produk, *costumers relathioship marketing* berpengaruh secara signifikan secara simultan dan parsial terhadap loyallitas pelanggan Warung Wadai Mama Ega Banjar Indah Pada Masa Pandemi Covid-19

Jenis penelitian adalah field research (penelitian lapangan), bertujuan mengungkapkan makna yang diberikan oleh anggota masyarakat pada perilakunya dan kenyataan sekitar, dan pendekatan penelitian adalah kuantitatif, teknik pengumpulan data dengan kuesioner dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah bahwa tempat strategis tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Warung Wadai Mama Ega Banjar Indah Pada Masa Pandemi Covid-19 diperoleh nilai  $T_{hitung} (-0,532) < T_{tabel} (1,668)$  dan nilai sig bernilai  $0,596 >$  standar error bernilai 0,1, *costumers relathioship marketing* berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Warung Wadai Mama Ega Banjar Indah Pada Masa Pandemi Covid-19 diperoleh nilai  $T_{hitung} (2,228) > T_{tabel} (1,668)$  dan nilai sig bernilai  $0,029 <$  standar error bernilai 0,1, pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Warung Wadai Mama Ega Banjar Indah Pada Masa Pandemi Covid-19 diperoleh nilai  $T_{hitung} (2,458) > T_{tabel} (1,668)$  dan nilai sig bernilai  $0,017 <$  standar error bernilai 0,1, ketersediaan produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Warung Wadai Mama Ega Banjar Indah Pada Masa Pandemi Covid-19 diperoleh nilai  $T_{hitung} (2,952) > T_{tabel} (1,668)$  dan nilai sig bernilai  $0,004 <$  standar error bernilai 0,1. secara simultan pelayanan, tempat strategis, ketersediaan produk, *costumers relathioship marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap loyallitas pelanggan Warung Wadai Mama Ega Banjar Indah Pada Masa Pandemi Covid-19,  $F_{hitung} (13,045) > F_{tabel} (2,03)$  sedangkan nilai sig sebesar  $0,000 <$  dari standar error sebesar 0,1