

**PENGARUH CITA RASA, FASILITAS DAN *PROMOTIONAL ACTIVITY*
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PADA *GET STEAK* MEDAN**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Cita Rasa terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Get Steak* Medan, untuk mengetahui dan menganalisis Fasilitas terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Get Steak* Medan, untuk mengetahui dan menganalisis *Promotional Activity* terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Get Steak* Medan dan Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Cita Rasa, Fasilitas dan *Promotional Activity* secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Get Steak* Medan. Uji Asumsi Klasik, Uji t, Uji F dan Uji Determinasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel cita rasa tidak berpengaruh dengan variabel loyalitas konsumen yang dikehutui dari $t_{hitung} -1.421 < t_{tabel} 1.985$. Selanjutnya ada pengaruh variabel fasilitas memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dan positif dengan variabel loyalitas konsumen yang dikatehui dari $t_{hitung} 16.322 < t_{tabel} 1.985$, selanjutnya ada pengaruh variabel *Promotional Activity* memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dan positif dengan variabel loyalitas konsumen yang dikatehui dari $t_{hitung} 8.095 < t_{tabel} 1.985$ dan ada pengaruh Cita Rasa, Fasilitas dan *Promotional Activity* secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Get Steak* Medan diketahui dari nilai $F_{hitung} 8.766 > 2.31$.

Kata Kunci : Cita Rasa, Fasilitas, *Promotional Activity*, Loyalitas Konsumen