

ABSTRAK

Dimas Safta Nugraha. Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan terhadap *Loyalitas Pelanggan pada Terpal Sabar Jaya Medan*.

Pembimbing : (I) Dr.Dra.Hj.Nilawati Nasti.S.E.,M.M , (II) Ismail Nasution.S.E.,M.M

Loyalitas Pelanggan merupakan komitmen yang dipegang teguh oleh konsumen terhadap sebuah produk atau jasa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Terpal Sabar Jaya Medan. Jumlah sampel adalah 60 sampel, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Variabel bebas dalam penelitian ini kualitas layanan (X1) dan nilai pelanggan (X2), variabel terikat (Y) loyalitas pelanggan. Metode pengumpulan data menggunakan angket dan wawancara. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS.

Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi $Y = 9,646 + 0,538 X1 + 0,134 X2$ menunjukkan bahwa kualitas layanan dan nilai pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Secara parsial, diperoleh t - hitung kualitas layanan 5,103 dan nilai pelanggan 1,772. Secara simultan, diperoleh F-hitung dengan signifikan $< 0,05$ menunjukkan kualitas layanan dan nilai pelanggan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 37,6% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan, 62,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Simpulan dari penelitian ini kualitas layanan dan nilai pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan secara parsial maupun secara simultan. Saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah pihak jasa hendaknya mengambil kebijakan terkait dengan peningkatan kualitas layanan dan nilai pelanggan karena kualitas layanan dan nilai pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Peneliti selanjutnya diharapkan menambah responden dan dalam penelitiannya tidak hanya mengambil sudut pandang pada pengunjung tapi juga pada pihak penyedia jasa, sehingga lebih mampu menjelaskan variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas layanan, Nilai Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

Dimas Safta Nugraha. The Effect of Service Quality and Customer Value on *Customer Loyalty on Terpal Sabar Jaya Medan.*

Supervisor : (I) Dr.Dra.Hj.Nilawati Nasti.S.E.,M.M , (II) Ismail Nasution.S.E.,M.M

Customer Loyalty is a commitment that is firmly held by the consumer towards a product or service. The purpose of this study is to determine the effect of service quality and customer value on customer loyalty at Terpal Sabar Jaya Medan. The number of samples is 60 samples, by using purposive sampling technique.

The independent variable was the quality of service (X1) and customer value (X2), the dependent variable (Y) customer loyalty. Methods of data collection using questionnaires and interviews. Analysis of data using multiple linear regression analysis using SPSS.

The results obtained by multiple linear regression analysis regression equation $Y = 9,646 + 0,538 X1 + 0,134 X2$ indicates that service quality and customer value affect customer loyalty. Partially, obtained t-count service quality 5,103 and customer value 1,772. Simultaneously, the obtained F-count at signifikan $<0,05$ demonstrate service quality and customer value jointly affect customer loyalty. The results showed that 37.6% customer loyalty is influenced by the quality of service and customer value, 62.4% were influenced by other variables not examined in this study.

Conclusions from this research that the quality of service and customer value affect customer loyalty partially or simultaneously. Suggestions put forward in this study is the service provider should adopt policies related to the improvement of service quality and customer value for service quality and customer value has a positive and significant impact on customer loyalty of the end. Researchers are expected to further add to the respondents and the research not only takes the standpoint of the visitor but also at the service provider, making it better able to explain the variables that affect customer loyalty.

Keyword : Service Quality, Customer Value, and Customer Loyalty.