

ABSTRAK

PENGARUH PERSONAL SELLING, PROMOSI PENJUALAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT AMMAY CEMERLANG NUSANTARA MEDAN

Francisca Fortunata¹, *Nurmaidah Ginting², Selviany Luhur³, Edy Gunawan⁴, Meilisa Sinaga⁵

Program Studi Manajemen, Universitas Prima Indonesia^{1,2,3,4,5}
email: nurmaidahginting@gmail.com

Tujuan Penelitian adalah untuk *Personal Selling*, Promosi Penjualan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan PT Ammay Cemrlang Nusantara Medan. Pendekatan penelitian ini berdasarkan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 197 pelanggan karyawan dan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 132 pelanggan. Teknik sampling yang digunakan adalah *sampling random sampling*, Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan studi dokumentasi. Teknik analisa data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,325 > 1,979$ dan signifikan yang diperoleh $0,001 < 0,05$, bahwa secara parsial *Personal Selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PT Ammay Cemerlang Nusantara Medan. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,537 > 1,979$ dan signifikan yang diperoleh $0,001 < 0,05$, bahwa secara parsial Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PT Ammay Cemerlang Nusantara Medan. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,468 > 1,979$ dan signifikan yang diperoleh $0,000 < 0,05$, bahwa secara parsial Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PT Ammay Cemerlang Nusantara Medan. Nilai $F_{hitung} (38,804) > F_{tabel} (2,68)$ dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, bahwa secara simultan *Personal Selling*, Promosi Penjualan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PT Ammay Cemerlang Nusantara Medan

Kata kunci: *Personal Selling*, Promosi Penjualan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan