

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT LAUTAN INDOMAS UTAMA MEDAN

Andrianto¹, *Nurmaidah Ginting², Calvin³, Vina Fransiska, Vincent⁴

Program Studi Manajemen, Universitas Prima Indonesia ^{1,2,3,4}

email: nurmaidahginting@gmail.com

Tujuan Penelitian adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Lautan Indomas Utama Medan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 167 pelanggan dan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 118 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 penelitian memperoleh Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Lautan Indomas Utama Medan terlihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,653 > 1,981$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Lautan Indomas Utama Medan terlihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,0323 > 1,981$ dan signifikan $0,003 < 0,05$. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Lautan Indomas Utama Medan terlihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,582 > 1,981$ dan signifikan $0,011 < 0,05$. Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Lautan Indomas Utama Medan terlihat dari nilai $F_{hitung} (17,848) > F_{tabel} (2,68)$ dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji koefisien determinasi yang dapat dilihat dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 30,2% menunjukkan variasi variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan sedangkan sisanya sebesar 69.8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

EFFECT OF SERVICE QUALITY, CUSTOMER CONFIDENCE AND CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY AT PT LAUTAN INDOMAS UTAMA MEDAN

Andrianto¹, *Nurmaidah Ginting², Calvin³, Vina Fransiska, Vincent⁴

Management Studies Program, Universitas Prima Indonesia ^{1,2,3,4}

email: nurmaidahginting@gmail.com

The purpose of this study was to examine and analyze the effect of service quality, customer confidence and customer satisfaction on customer loyalty at PT Lautan Indomas Utama Medan. The population in this study amounted to 167 customers and the number of samples in this study is as much as 118 customers. Sampling techniques used are random sampling, data collection techniques using questionnaires, interviews and documentation studies. Data analysis techniques using analysis multiple linear regression. The results of the study obtained a positive effect on service quality and significant partially to customer loyalty at PT Lautan Indomas Utama Medan seen from the value $t_{hitung} > t_{table}$ or $3,653 > 1,981$ and significant $0,000 < 0,05$. Customer confidence has a positive and significant effect partially on customer loyalty at PT Lautan Indomas Utama Medan seen from the value of $t_{hitung} > t_{table}$ or $3.0323 > 1.981$ and significant $0.003 < 0.05$ customer satisfaction has a positive and significant effect partially on customer loyalty at PT Lautan Indomas Utama Medan seen from the value of $t_{hitung} > t_{table}$ or $2.582 > 1.981$ and significant $0.011 < 0.05$ quality of Service, customer confidence and customer satisfaction has a positive and significant effect partially on loyalty. Customers at PT Lautan Indomas Utama Medan seen from the value of $F_{count} (17.848) > F_{table} (2.68)$ and the probability of significance $0.000 < 0.05$. The results of the coefficient of determination test that can be seen from the Adjusted R Square value of 30.2% shows the variation of service quality variables, customer trust and satisfaction of customer loyalty while the remaining 69.8% is explained by other variables that are not studied in this study

keywords: Quality Of Service, Customer Trust, Customer Satisfaction, Customer Loyalty