

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PT. GLOBAL TRANS NUSA

TENGKU MONICA TAN

Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi Pada PT. Global Trans Nusa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yang dilakukan melalui pengumpulan data menggunakan kuisioner dan analisis data pengujian statistik. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah menggunakan jasa layanan PT. Global Trans Nusa yang berjumlah 85 orang. Analisis data yang digunakan adalah analisis MRA dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Global Trans Nusa. Promosi berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Global Trans Nusa. Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Global Trans Nusa. Kepuasan Pelanggan tidak dapat memoderasi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Global Trans Nusa. Kepuasan Pelanggan tidak dapat memoderasi pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Global Trans Nusa. Kepuasan Pelanggan tidak dapat memoderasi pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Global Trans Nusa.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi, Kepuasan Pelanggan, Loyaitas Pelanggan.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PROMOTIONS ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A MODERATION VARIABLE PT. GLOBAL TRANS NUSA

TENGKU MONICA TAN

Master of Management Study Program

Faculty of Economics, Prima Indonesia University

The purpose of this research was to determine the influence of service quality and promotion on customer loyalty with customer satisfaction as a moderating variable at PT. Global Trans Nusa. The method used in this research is a quantitative descriptive method which is carried out through data collection using questionnaires and statistical testing data analysis. The samples taken in this research were all customers who had used the services of PT. Global Trans Nusa, numbering 85 people. The data analysis used is MRA analysis using the IBM SPSS Statistics version 26 application. The results of the research show that Service Quality has an effect on Customer Loyalty at PT. Global Trans Nusa. Promotions influence Customer Loyalty at PT. Global Trans Nusa. Service Quality and Promotion influence Customer Loyalty at PT. Global Trans Nusa. Customer Satisfaction cannot moderate the influence of Service Quality on Customer Loyalty at PT. Global Trans Nusa. Customer Satisfaction cannot moderate the influence of Promotions on Customer Loyalty at PT. Global Trans Nusa. Customer Satisfaction cannot moderate the influence of Service Quality and Promotion on Customer Loyalty at PT. Global Trans Nusa.

Keywords: *Service Quality, Promotion, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*