

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN IMPLIKASI
LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi Kasus di PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk Cabang Jakarta 2)

SKRIPSI

Program Studi Ekonomi Manajemen



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2017

Abstrak

Masalah dalam penelitian ini ingin mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk cabang Jakarta 2. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan (Z) di PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk cabang Jakarta 2. Metodologi penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana pengumpulan data yang dilakukan melalui kuisioner/angket dan observasi. Data yang dikumpulkan diolah dengan pendekatan analisis asosiatif dan analisis dilakukan dengan metode jalur (path analysis). Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara parsial dan simultan kualitas pelayanan (X_1) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Z) pada PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk cabang Jakarta 2, maka perusahaan perlu untuk meningkatkan dan mengevaluasi kembali kualitas pelayanan (X_1). Temuan penelitian dari pembahasan analisis jalur, maka ditemukan untuk menuju jalur loyalitas pelanggan (Z), dapat dipilih jalur kualitas pelayanan (X_1) karena memiliki nilai yang lebih tinggi disbanding dengan jalur kualitas produk (X_2) dan kepuasan pelanggan (Y). Untuk itu maka dipilihlah jalur yang paling efektif: $X_1 \rightarrow Z$

Kata kunci : kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), kepuasan pelanggan (Y), loyalitas pelanggan (Z).

Abstract

The Problem in this study wanted to know the factors that can affect customer loyalty PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk Jakarta branch 2. The purpose of this study is to determine whether there is a significant influence of service quality (X_1), product quality (X_2), to customer satisfaction (Y) and its impact on customer loyalty (Z) in PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk Jakarta branch 2. The methodology of this research is quantitative research, where data collection is done through questionnaire and observation. The data collected were processed by associative analysis approach and analysis was done by path method. Based on the results of the study note that the partial and simultaneous service quality (X_1) has a significant influence on customer loyalty (Z) at PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk Jakarta 2 branch, then company need to improve and reevaluate service quality (X_1). The research findings from the discussion of path analysis, then found to lead to customer loyalty (Z), can be selected service quality path (X_1) because it has higher value compared with product quality (X_2) and customer satisfaction (Y). For that it is chosen the most effective line: $X_1 \rightarrow Z$

Keywords: service quality (X_1), product quality (X_2), customer satisfaction (Y), customer loyalty (Z).

