

## SUMMARY

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI BENGKEL DAIHATSU DAAN MOGOT

Created by WIRYAWAN ALI SAPUTRA

**Subject** : PELAYANAN, LOYALITAS, PELANGGAN

**Subject Alt** : SERVICE, LOYALTY, CUSTOMERS

**Keyword** : kualitas pelayanan;lokasi;promosi;loyalitas pelanggan;bengkel daihatsu

### Description :

Bengkel Daihatsu Astrido Daan Mogot merupakan anak cabang dari Daihatsu dalam melakukan purna jual beli kendaraan dari segala jenis merek dan layanan after sales service atau layanan bagi para pelanggan yang ingin melakukan reparasi kendaraan Daihatsu. Bengkel Astrido terletak di Jl. Daan Mogot Raya no.11. Penelitian ini dilakukan untuk menjawab masalah yakni berdasarkan data sekunder terjadi jumlah pelanggan yang fluktuasi sedangkan penjualan kendaraan semakin bertambah. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode survey dimana teknik yang digunakan menggunakan convenience sampling. Penelitian dilakukan dengan membagikan angket kepada pelanggan secara random selama 1 minggu dengan perolehan responden sebanyak 150 orang. Data hasil survey dianalisis dengan menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan analisis linear berganda. Proses pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS V.20. Berdasarkan hasil yang didapat dengan menggunakan uji korelasi didapat bahwa terjadi multikolinearitas antara variabel kualitas pelayanan, lokasi dan promosi terhadap loyalitas pelanggan yakni kualitas pelayanan dan lokasi mempunyai korelasi yang sangat kuat dengan  $r$  sebesar 0,849 sehingga penulis menggunakan 2 model yakni kualitas pelayanan dengan promosi dan lokasi dengan promosi. Sehingga didapat hasil bahwa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dengan  $r$  sebesar 0,03 demikian juga dengan variabel lokasi dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan  $r$  sebesar 0,01. Penelitian dilakukan dengan teknik metode analisis regresi berganda dengan hasil  $R$  square sebesar 0,51 yang berarti variabel- variabel di atas memberikan pengaruh sebesar 51% dan sisanya tidak dibahas dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan, lokasi dan promosi menjadi salah satu faktor dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan. Variabel kualitas pelayanan dan promosi mempunyai pengaruh yang sangat kuat dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan demikian pula dengan variabel lokasi dan promosi mempunyai pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Date Create** : 07/01/2016

**Type** : Text

**Format** : PDF

**Language** : Indonesian

**Identifier** : UEU-Master-201101053

**Collection** : 201101053

**Source** : Magister Theses of Management

**Relation Collection** Fakultas Ekonomi

**COverage** : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul

**Right** : @2015 Perpustakaan Universitas Esa Unggul

**Full file - Member Only**

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

**Contact Person :**

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid ( astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id )

Supervisor