

## SUMMARY

# ANALISA PENGARUH KEGIATAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BIS PRIMAJASA MENGGUNAKAN MODEL REGRESI LINIER

Created by Zola Brilianti

**Subject** : ANALISA PENGARUH KEGIATAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BIS PRIMAJASA MENGGUNAKAN MODEL REGRESI LINIER

**Subject Alt** : ANALISA PENGARUH KEGIATAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BIS PRIMAJASA MENGGUNAKAN MODEL REGRESI LINIER

**Keyword** : Kegiatan Pemasaran; Loyalitas Konsumen; Korelasi

### Description :

PT. Primajasa Perdana Raya Utama adalah perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang transportasi darat yaitu angkutan umum bis. Salah satu produk unggulan dari PT. Primajasa saat ini adalah Produk Jasa Bus Soekarno Hatta Bandung. Saat ini dalam rangka untuk perbaikan kualitas perusahaan berencana untuk melakukan perbaikan terhadap kegiatan pemasarannya.

Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk membantu perusahaan dalam memberi gambaran kepada variabel mana saja dari kegiatan pemasaran (X) yang sudah berlangsung selama ini memberikan pengaruh terhadap pertambahan loyalitas konsumen (Y). Untuk melihat pengaruh dari kegiatan pemasaran dan loyalitas konsumen peneliti menggunakan metode model persamaan regresi linier dengan variabel kegiatan pemasarannya yaitu promosi (X1), pelayanan & fasilitas (X2), harga (X3). Penelitian dilakukan dengan mengambil sampel acak terhadap pengguna bis Primajasa jurusan Soekarno Hatta Bandung sebanyak 102 responden dan pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan kuesioner.

Hasil dari model regresi linier ini terhadap loyalitas konsumen diperoleh model persamaannya yaitu  $Y = 2.273 + 0.239 X1 + 0.131 X2 + 0.439 X3$ . Variabel kegiatan pemasaran yang paling berpengaruh secara positif berturut-turut adalah variabel harga sebesar (0.439), variabel promosi (0.239) dan variabel pelayanan & fasilitas (0.131). Hasil uji F membuktikan bahwa ketiga variabel tersebut memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan nilai  $F_{hitung} = 79.826 > F_{tabel} = 2.697$  dan hasil uji t juga membuktikan bahwa secara individual variabel kegiatan pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan untuk nilai korelasi antara kegiatan pemasaran dan loyalitas konsumen yaitu 84.2% dan variansi yang terjadi terhadap loyalitas konsumen sebesar 70.1% dipengaruhi dari variabel kegiatan pemasaran promosi, pelayanan & fasilitas, serta harga, sisanya sebesar 29.9% berasal dari faktor lain diluar penelitian.

Saran untuk perusahaan sebaiknya perusahaan PT. Primajasa lebih mengembangkan kegiatan pemasaran yang berkaitan dengan harga seperti memberikan potongan harga.

**Date Create** : 11/09/2013

**Type** : Text

**Language** : Indonesian

**Identifier** : UEU-Undergraduate-201121025

**Collection** : 201121025

**COverage** : Sivitas Akademika Universitas Esa Unggul

**Right** : Copyright @2013 by UEU Library. This publication is protected by copyright and per obtained from the UEU Library prior to any prohibited reproduction, storage in a re transmission in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, reco For information regarding permission(s), write to UEU Library

**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