

ABSTRAK

HERTANTO TANATA. *Analisis Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Merek atas Jasa dan Barang Pada PT. MIF Jakarta* (Dibimbing oleh Drs. Husein Umar, MBA).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas jasa dan barang, loyalitas merek dan hubungan antara kepuasan jasa dan barang dengan tingkat loyalitas merek serta hubungan antara kualitas jasa dengan kualitas barang PT. MIF Jakarta.

Kualitas suatu produk baik berupa barang maupun jasa perlu ditentukan melalui dimensi jasa seperti *Performance, Features, Reliability, Conformance, Durability, Serviceability, Aesthetics, Fit and finish* dan dimensi barang seperti *Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty dan Tangible*. Dalam kaitannya dengan *brand loyalty* suatu produk, didapati adanya beberapa tingkatan *brand loyalty* seperti *Switcher, Habitual buyer, Satisfied buyer, Likes the brand dan Committed buyer*.

Dalam penelitian ini jenis data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Dengan jumlah populasi 270 responden dengan tingkat error 5% maka dari hasil perhitungan tersebut didapatkan sampel sejumlah 161.19 responden, dibulatkan menjadi 162 responden dan penentuan jumlah sampel memakai rumus Slovin. Area para responden hanya berada pada daerah Jakarta. Metode analisis yang dipakai adalah analisis deskriptif kuantitatif, regresi linear berganda dan rank spearman.

Hasil penelitian ini menunjukkan : (1) kualitas jasa PT. MIF Jakarta menunjukkan kategori cukup baik dengan skor rata-rata 3,11, (2) kualitas barang PT. MIF Jakarta menunjukkan kategori cukup baik dengan skor rata-rata 3,22, (3) tingkat loyalitas merek pelanggan PT. MIF berada pada posisi *satisfied buyer* sebesar 31,47%, (4) dengan uji Anova atau F test, didapat F hitung adalah 1,244 dengan tingkat signifikansi 0,29 dan mempunyai persamaan regresi $Y = 1.95 + 0.224X_1 + 0.511 X_2$ dan (5) terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas jasa yang diberikan dengan kualitas barang sebesar 0,791.

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan bagi manajemen PT. MIF Jakarta sebagai penyedia jasa teknologi informasi (TI) dalam rangka meningkatkan kualitas jasa dan barang serta loyalitas merek terhadap pelanggan.