

## ABSTRAK

Wiryawan Ali Saputra, NIM : 2011-01-053. ***Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan di Bengkel Daihatsu Astrido Daan Mogot Jakarta Barat.*** (Dibimbing oleh Endang Ruswanti).

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.

**ABSTRACT**

*Wiryawan Ali Saputra, NIM: 2011-01-053. Pengaruh Quality Service, Location and Promotion Workshop on Customer Loyalty in Daihatsu Astrido Daan West Jakarta. (Supervised by Endang Ruswanti).*

*Workshop Daihatsu Astrido Daan Mogot is a subsidiary of Daihatsu in doing after-selling vehicles of all types and brands of after sales service or service for customers who wish to perform repairs Daihatsu vehicles. Astrido workshop located in Jl. Daan Mogot K no.11. Research was conducted to answer the question that is based on secondary data for the numbers of customers that fluctuations while increasing vehicle sales.*

*This study is a descriptive study using a survey method in which the techniques used to use a convenience sampling. Penelitian done by distributing questionnaires to a random customer for 1 week with the acquisition of 150 respondents. Survey data were analyzed using normality test, multicollinearity, heterokedastisitas test, and linear analysis. The processing of the data using SPSS v.20.*

*Based on the result by using the obtained correlation test that occurs multicollinearity between the variables of service quality, location and customer loyalty promotion of the quality of service and the location has a very strong correlation with  $r$  equal to 0.849 so that the author uses two models namely the promotion of service quality and location of the promotion. So the result is that the quality of service and significant effect on customer loyalty promotion with  $r$  of 0.03 as well as the location and promotion variables have a significant influence on customer loyalty with  $r$  of 0.01. The research was done by using multiple regression analysis with the results of the  $R$ -square of 0.51 which means that the variables above give effect about 51% and the rest are not included in this research.*

*The conclusion of this study is the variable quality of service, location and promotion to be one factor in influencing customer loyalty. Variable quality of service and promotion has a very strong influence and significant impact on customer loyalty as well as the location and promotion variables have a strong and significant influence on customer loyalty.*