

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Promosi Penjualan dan Layanan Purna Jual terhadap Loyalitas Distributor melalui Kepuasan Distributor (Studi kasus pada distributor tensimeter digital Beurer di Indonesia).
Nama : Adrilia Sonada
Program Studi : Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi Penjualan dan Layanan Purna Jual, dengan Kepuasan Distributor sebagai variabel *intervening* terhadap Loyalitas Distributor pada distributor tensimeter digital Beurer di Indonesia. Variabel independen terdiri dari Promosi Penjualan dan Layanan Purna Jual, variabel dependen adalah Loyalitas Distributor dan variabel *intervening* adalah Kepuasan Distributor. Penelitian ini dilakukan pada distributor tensimeter digital Beurer di seluruh Indonesia yang telah membeli tensimeter digital beurer sebanyak 2 kali atau lebih selama 2 tahun terakhir. Sampel yang digunakan yaitu 124 responden, dengan teknik pengambilan sampel yaitu sampel *purposive* atau *purposive sampling*. Jenis penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bersifat kausal dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik analisa Analisis Jalur (*Path Analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi Penjualan dan Layanan Purna Jual berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Distributor dan Loyalitas Distributor. Promosi Penjualan dan Layanan Purna Jual memiliki pengaruh langsung yang lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Layanan Purna Jual, Kepuasan Distributor, Loyalitas Distributor dan Tensimeter Digital Beurer

ABSTRACT

Titel : *The Influence of Sales Promotion and After Sales Service on Distributor Loyalty through Distributor Satisfaction (Case Study on Beurer Blood Pressure Monitor Distributors in Indonesia).*
Name : Adrilia Sonada
Study Program: *Management*

This research aims to acknowledge the influence of Sales Promotion and After Sales Service by giving Distributor Satisfaction to be the intervening variabel concerning Distributor Loyalty of Beurer blood pressure monitor distributor in Indonesia. The independent variabel consist of Sales Promotion and After Sales Service while the dependent is based on Distributor Loyalty and the intervening variabel is based on Distributor Satisfaction. The research has been done to Beurer blood pressure monitor distributor in Indonesia who have bought the Beurer blood pressure monitor for twice or more in the last 2 years. The samples applies 124 respondents by using sampling techniques of purposive sampling. The type of the research is associative research which is causal. And the analytical method uses analytics techniques of Path Analysis in this research.

The result of this research shows that Sales Promotion and After Sales Service influence positively and significantly toward the Distributor Satisfaction and Distributor Loyalty. Sales Promotion and After Sales Service have a greater influence value than indirect comparison.

Keywords : *Sales Promotion, After Sales Service, Distributor Satisfaction, Distributor Loyalty and Beurer Blood Pressure Monitor.*