

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh dari Komunikasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan dari PT. Nusantara Traisser. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling* dengan sampel sebanyak 114 responden. Diperoleh hasil analisis bahwa pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan memiliki t hitung sebesar 5.690 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan memiliki t hitung sebesar 3.177 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan memiliki t hitung sebesar 3.620 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga disimpulkan bahwa Komunikasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan secara parsial.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of Marketing Communication, Service Quality, and Customer Satisfaction. The population used in this study were customers from PT. Nusantara Traisser. The sampling technique used Accidental Sampling with a sample of 114 respondents. The results of the analysis show that the influence of Marketing Communication on Customer Loyalty has a t-count of 5.690 with a significant value of $0.000 < 0.05$. Marketing Communication on Customer Loyalty has a t count of 3,177 with a significant value of $0.000 < 0.05$. Quality of Service to Customer Loyalty has a t count of 3.620 with a significant value of $0.000 < 0.05$. So it can be concluded that Marketing Communication, Service Quality, Customer Satisfaction partially affect Customer Loyalty.

Keywords: *Marketing Communication, Service Quality, and Customer Satisfaction.*