

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara parsial dan simultan pengaruh variabel kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. Manunggal Sejati. Berdasarkan studi sebelumnya, telah ditunjukkan bahwa variabel-variabel yang terdaftar berperan dalam kualitas layanan. Populasinya adalah pelanggan sebanyak 114 responden. Purposive sampling digunakan sebagai metode pengambilan sampel, sedangkan aplikasi SPSS versi 22.0 digunakan untuk analisis data. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pengujian validitas, reliabilitas dan asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan kepuasan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas layanan, nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. Manunggal Sejati Ngawi, Jawa Timur.

Kata kunci : layanan, pelanggan, kepuasan, loyalitas

ABSTRACT

This study aims to determine the effect partially or simultaneously the variables of service quality, customer value and customer satisfaction on customer loyalty in PT Manunggal Sejati. Based on previous studies, the listed variables are proven to have a position on service quality. The population taken is the customers with a total sample of 114 respondents. The method used in sampling is purposive sampling, while for data analysis using SPSS version 22.0. The data analysis technique used is descriptive analysis by testing the validity, reliability and classical assumptions. The results showed that partially, service quality, customer value and customer satisfaction have a significant influence on customer loyalty. Service quality, customer value and customer satisfaction together have a significant effect on customer loyalty at PT. Manunggal Sejati Ngawi, East Java.

Keywords: *service, customer, satisfaction, loyalty*