

Analisis Asosiasi Nilai Produk, dan Kualitas Pelayanan, Serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Telepon Kabel PT. Telkom Kota Semarang)

OKTAFIA TRISANADI

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : okta.trisa@yahoo.com

ABSTRAK

Semakin berkembangnya teknologi dan banyaknya penyedia jasa layanan komunikasi di Indonesia, membuat semakin ketatnya persaingan dunia jasa penyedia layanan komunikasi, hal ini memaksa perusahaan penyedia komunikasi selalau menciptakan strategi dan inovasi produk yang baik yang bisa bertahan dan tetap dapat dipakai konsumen. Oleh sebab itu agar persaingan teknologi jasa layanan komunikasi telepon kabel dapat bersaing dengan yang lain, banyak faktor yang harus diperhatikan oleh konsumen melalui analisis pengaruh kepuasan dan loyalitas konsumen yang dapat dilakukan dengan menggunakan kombinasi dari variabel nilai produk dan kualitas pelayanan.

Penelitian ini untuk mengkaji pengaruh dari nilai produk, dan kualitas pelayanan, serta pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen studi kasus telepon kabel PT. Telkom Kota Semarang dengan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 100 orang responden yang terdapat di Kota Semarang dengan alat analisis yang digunakan adalah SEM (structural equation modelling).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai produk memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen dengan CR 2,094 ($P < 0,05$). Kualitas pelayanan memiliki efek signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen dengan CR 1,959 ($P < 0,05$). Nilai produk memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan CR 2,216 ($P < 0,05$). Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen dengan CR 2,472 ($P < 0,05$). Trust in brand berpengaruh signifikan pada kepuasan dengan CR 2,468 ($P < 0,05$). Kepuasan konsumen memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen dengan CR 1,963 ($P < 0,05$).

Kata kunci : nilai produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen.

Kata Kunci :

**Analysis of Product Value Association, Service Quality, and its
Influence on Consumers` Satisfaction and Loyalty (A Case Study on
Cable Phone at PT Telkom Kota Semarang)**

OKTAFIA TRISANADI

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : okta.trisa@yahoo.com

ABSTRACT

The continued development of technology and the many communication service providers in Indonesia, making competition in the world semakin service provider of communications services, it forces the provider of communications and strategy innovation're always creating a good product that can survive and still be able to use the consumer. Therefore, competition for telephone communication service technology can compete with the cable to another, many factors must be considered by consumers through the analysis of the influence of customer satisfaction and loyalty that can be done using a combination of variables the product and service quality.

This study to examine the effect of the product, and service quality, and its influence on customer satisfaction and customer loyalty case study PT cable telephone. Telkom Semarang with the samples used in this study a total of 100 respondents found people in the city of Semarang with the analytical tools used SEM (structural equation modeling).

These results indicate that the product has a significant and positive impact on consumer satisfaction with CR 2.094 (P <0.05). Service quality has significant and positive effect on consumer satisfaction with CR 1.959 (P <0.05). The product has a positive and significant impact on consumer loyalty by CR 2.216 (P <0.05). Service quality has a significant and positive impact on customer loyalty with CR 2.472 (P <0.05). Trust in brands have a significant effect on satisfaction with CR 2.468 (P <0.05). Customer satisfaction has a significant and positive impact on customer loyalty with CR 1.963 (P <0.05).

Key words: product value, service quality, customer satisfaction and customer loyalty.

Keyword :