analisis pengaruh kualitas layanan dan kepuasan sebagai variabel moderating terhadap loyalitas konsumen PT. Penta Valent (Studi Kasus Pada Distribusi Farmasi PT. Penta Valent Semarang)

ANI KURNIAWATI
Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang
URL : http://dinus.ac.id/
Email : nia_luthu07@yahoo.com

ABSTRAK

dalam era globalisasi persaingan dalam jasa PT. Penta Valent di bidang distribusi sekarang ini semakin ketat antara perusahaan. perusahaan distribusi harus mampu meningkatkan konsumen yang loyal. dalam mengukur tingkat loyalitas konsumen, dapat dilihat dari dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. loyalitas konsumen juga dapat diukur dengan variabel moderasi yaitu kepuasan konsumen. keandalan dan daya tanggap memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat loyalitas pelanggan. objek dalam penelitian ini sendiri adalah PT. Penta Valent Semarang. sebagai tempat usaha yang menawarkan jasa dalam bentuk distribusi. setelah hasil didapatkan melalui uji reliabilitas dan validitas, lalu dianalisis menggunakan regresi linier berganda dan uji residual dengan program SPSS 16.0 for Windows yang didalamnya dilakukan uji asumsi klasik, uji multikoliniearitas, uji heterokedastisitas, uji normalitas, uji t, uji f dan uji koefisien determinasi

Kata Kunci   :

The background marketing is one of the activities done with the company to maintain the sustenance of life, develops profit. Synthesis issue based on a background above can then be taken synthesis problem Whether the quality of service influential positively or significantly to loyality

ANI KURNIAWATI
Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang
URL : http://dinus.ac.id/
Email : nia_luthu07@yahoo.com

ABSTRACT

in the era of globalization competition in services PT. Penta Valent in distribution today is increasingly tight between companies. distribution companies should be able to increase loyal consumers. in measuring the level of consumer loyalty, can be seen from the dimension of the quality of service that consists of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy. consumer loyalty can also be measured by the satisfaction of the consumer variables moderation. reliability and responsiveness has a significant influence on the level of customer loyalty. objects in this research alone is PT. Penta Valent Semarang. as a place of business that offers services in the form of distribution. After the results obtained through the test of reliability and validity, and then analyzed using multiple linear regression and residual test with SPSS 9.9 for Windows program which performed classical assumptions, test test test heterokedastisitas, multikoliniearitas, normality tests, test t, f-test and the determination coefficient test

Keyword   :