

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER RELATIONS* PT. PREMIER INTERNASIONAL (PIAGGIO) TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Survei kepada Komunitas Ketika Usia Tak Jadi Urusan “Kutu” Vespa Depok)

Qodriansyah

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *Customer Relations* PT. Premier Internasional (Piaggio) terhadap loyalitas konsumen (survei kepada komunitas Ketika Usia Tak Jadi Urusan “KUTU” Vespa Depok). Konsep atau Teori yang relevan dalam Penelitian ini antara lain Komunikasi Pemasaran, Public Relations, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan ialah survei. Populasi penelitian ini adalah komunitas Ketika Usia Tak Jadi Urusan “KUTU” Vespa Depok dengan jumlah 87 sampel. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sensus menggunakan *total sampling*, artinya jumlah total populasi diriset. Teknik analisis pengaruh variabel Y terhadap variabel X menggunakan uji koefisien determinasi. Teknik pengujian data diproses menggunakan program *SPSS (Statistical Product and Service Solutions)* versi 21. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa korelasi dari variabel X dengan variabel Y sebesar 0,679. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 46,9%. Dengan demikian perhitungan t hitung $> t$ tabel yaitu $8,565 > 1,658$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan PT. Premier Internasional (Piaggio) terhadap loyalitas konsumen (survei kepada komunitas ketika usia tak jadi urusan “kutu” vespa Depok).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, *Customer Relations*, Loyalitas Konsumen.

THE INFLUENCE OF QUALITY OF SERVICE CUSTOMER RELATIONS PT. PREMIER INTERNATIONAL (PIAGGIO) AGAINST THE LOYALTY OF CONSUMERS (Survey to the Community Ketika Usia Tak Jadi Urusan “KUTU” Vespa Depok)

Qodriansyah

Abstract

This research aims to know the influence of the quality of service Customer Relations PT. Premier International (Piaggio) against the loyalty of consumers (survey to the community Ketika Usia Tak Jadi Urusan “KUTU” Vespa Depok). The concept or Theory that are relevant in this study include marketing communications, Public Relations, service quality, and Consumer Loyalty. This research was conducted with the use of quantitative research approach. The research method used is survey. The population of this research is Ketika Usia Tak Jadi Urusan “KUTU” Vespa Depok to the sum of 87 samples. Sample with drawal technique in this study using census method using total sampling, meaning the total number of the population researched. The technique analysis of influence of variable Y against X variable using the coefficient determination test. The technique of testing data is processed using program SPSS (Statistical Product and Service Solutions) version 21. The results of this research show that the correlation of the variable X with variable Y of 0.679. Based on the results of the calculation of the coefficient of determination is obtained the results of the presence of the influence of variables X against Y variables of 46.9%. Thus the calculations $t_{\text{calculate}} > t_{\text{table}}$ i.e. $8.565 > 1.658$ then it can be inferred H_0 denied and H_a is received. Thus it can be concluded there was significant influence between the service quality of PT. Premier International (Piaggio) against the loyalty of consumers (survey to the community Ketika Usia Tak Jadi Urusan “KUTU” Vespa Depok).

Keywords: Quality Of Service, Costumer Relations, Consumer Loyalty.