

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara langsung dan tidak langsung variabel kualitas layanan, kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di PT. Pancuranmas Indo Sejati. Saat ini masyarakat semakin banyak melakukan pembangunan, hal ini disebabkan karena semakin meningkatnya kebutuhan dan permintaan dari masyarakat dalam kepemilikan bangunan. Precast beton ringan menjadi salah satu alternative pembangunan pada saat ini yang menginginkan percepatan. Penelitian ini dilakukan di PT. Pancuranmas Indo Sejati dengan menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 40 responden dengan menggunakan teknik sampel *Non Probability Sampling*.

Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Jalur (*Path Analysis*) untuk mengetahui kausalitas antar variabel yang dianalisis. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan: hipotesis (1) kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hipotesis (2) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hipotesis (3) kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hipotesis (4) kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hipotesis (5) kepuasan pelanggan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hipotesis (6) kualitas layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dan hipotesis (7) kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan produk precast beton ringan di PT. Pancuranmas Indo Sejati.

Kata Kunci : Kualitas layanan, Kualitas produk, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out and analyze the effect of directly and indirectly service quality variables, product quality on customer loyalty through customer satisfaction at PT. Pancuranmas True Indo. Currently more and more people doing development, this is due to the increasing needs and demands of the community in building ownership. Lightweight concrete forecasts become one of the alternative development at this time that wants acceleration. This research was conducted at PT. Pancuranmas Indo Sejati by using primary data obtained by distributing questionnaires to 40 respondents using the Non Probability Sampling technique sample.

The analysis technique used is Path Analysis to determine the causality between the analyzed variables. Based on the results of research that has been done: hypothesis (1) service quality has a significant effect on customer satisfaction, hypothesis (2) product quality has a significant effect on customer satisfaction, hypothesis (3) service quality has a significant effect on customer loyalty, hypothesis (4) product quality has an effect not significant to customer loyalty, hypothesis (5) customer satisfaction has no significant effect on customer loyalty, hypothesis (6) service quality has no significant effect on customer loyalty through customer satisfaction and hypothesis (7) product quality does not significantly influence customer loyalty through customer satisfaction lightweight concrete precast products at PT. Pancuranmas Indo Sejati.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.