

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas pelayanan dan Word OF Mouth terhadap Keputusan Pembelian serta dampaknya pada Loyalitas pelanggan pada PT Pioner Indo Nusantara Sidoarjo” bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas layanan, maupun Word of Mouth terhadap loyalitas Pelanggan baik secara langsung ataupun melalui Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah pemakai alat kesehatan yaitu dokter ataupun klinik, dengan sampel probability sampling yaitu pelanggan loyal PT Pioner Indo Nusantara Sidoarjo sebanyak 51 Responden. Penelitian dengan menggunakan SPSS versi 16 , dengan uji instrumen, validitas, uji Reliabilitas, Uji asumsi klasik yaitu uji Normalitas, Heterokedasitas, dan uji multikolienaritas. Uji analisis jalur, uji t dan koefisien determinan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, uji validitas semua instrumen dinyatakan valid, dengan hasil $< 0,60$, sedangkan uji reliabilitas variabel Kualitas pelayanan $0,831$. Variabel Word of Mouth $0,846$. Variabel Keputusan pembelian $0,848$ dan variabel Loyalitas Pelanggan $0,846$, hal ini berarti semua variabel reliabel untuk diteliti. Uji asumsi klasik, uji normalitas taburan item bertabur normal, untuk uji heterosekedasitas tidak ada penyimpangan, serta uji multikolienaritas $>$ dari 10 . hal ini berarti tidak ada variabel pengganggu.

Hasil pengujian hipotesa, pengaruh langsung kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,404$ dengan nilai pengaruh $0,094$. Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian berpengaruh signifikan dengan nilai signifikan $0,000$ dengan nilai pengaruh $0,744$. Sedangkan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan berpengaruh signifikan dengan nilai signifikan $- 0,772$, nilai pengaruh $- 0,025$. Pengaruh word of mouth terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai signifikansi $- 284$, lebih kecil dari $0,05$, maka berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai pengaruh $- 0,0127$. Pengaruh keputusan pembelian terhadap loyalitas pelanggan dengan taraf signifikan $0,000$, nilai pengaruh $1,009$, hal ini berarti keputusan pembelian berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hasil pengaruh tidak langsung dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui Keputusan pembelian lebih besar yaitu $0,119$, sedangkan pengaruh langsung $0,094$. Pengaruh word of Mouth terhadap loyalitas pelanggan melalui Keputusan Pembelian adalah, pengaruh langsung adalah $- 0,127$, sedangkan pengaruh tidak langsung $- 0,255$, hal ini berarti semua variabel akan berhasil baik apabila melalui keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Word of Mouth, Keputusan Pembelian , Loyalitas pelanggan.

ABSTRAK

This study entitled "The Influence of Service Quality and Word OF Mouth on Purchasing Decisions and their impact on customer loyalty on PT Pioneer Indo Nusantara Sidoarjo" aims to determine the effect of service quality, as well as Word of Mouth on customer loyalty either directly or through a Purchase Decision. The population in this study were medical devices users namely doctors or clinics, with probability sampling samples, namely loyal customers of PT Pioner Indo Nusantara Sidoarjo as many as 51 respondents. The study used SPSS version 16, with instrument test, validity, reliability test, yautu classic assumption test for normality, heterogeneity, and multicollinearity test. Path analysis test, t test and determinant coefficient.

The results of the study show that, the validity test of all instruments was declared valid, with results <0.60 , while the variable reliability test of Service Quality was 0.831. Word of Mouth variable 0.846. Purchase Decision variable 0,848 and Customer Loyalty variable 0,846, this means that all variables are reliable to study. Classical assumption test, normal sprinkling item normality test, for heterosecurity test there is no deviation, and multicollinearity test >10 . This means there are no confounding variables.

The results of testing the hypothesis, the direct effect of service quality has no significant effect on purchasing decisions with a significance value of 0.404 with the effect of 0.094. The effect of word of mouth on purchasing decisions has a significant effect with a significant value of 0,000 with a value of influence of 0.744. While Service Quality to Customer Loyalty has a significant effect with a significant value - 0.772, the effect value - 0.025. The effect of word of mouth on customer loyalty with a significance value - 284, smaller than 0.05, it has a significant effect on customer loyalty with the influence value - 0.0127. The influence of purchasing decisions on customer loyalty with a significant value of 0,000, the value of influence 1,009, this means that purchasing decisions have a significant positive effect on customer loyalty. The results of indirect influence of service quality on customer loyalty through a larger purchase decision is 0.119, while the direct effect is 0.094. The effect of word of mouth on customer loyalty through Purchasing Decisions is that the direct effect is - 0.127, while the indirect effect - 0.255, this means that all variables will be successful if through a purchase decision.

Keywords: Service Quality, Word of Mouth, Purchasing Decision, Customer Loyalty.