

ABSTRAK

Nofri Eka Mulyani, 16101155310680 Jurusan Manajemen, Tahun 2020, Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan Merek sebagai variabel intervening. Di bawah bimbingan bapak Jhon Veri, S.kom.,M.kom dan bapak Emil Salim, S.E.,M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variasi produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan DICV. Wulan Jaya Motor. (a) Terdapat Pengaruh positif dan signifikan ($0,000 < 0,05$). Antara variasi produk terhadap loyalitas pelanggan. (b) Terdapat pengaruh positif dan signifikan ($0,000 < 0,05$) antara kualitas pelayanan terhadap kepercayaan merek. Terdapat pengaruh positif dan signifikan ($0,415 < 0,05$). Antara variasi produk Terhadap kepercayaan merek .(c) Terdapat Pengaruh positif dan signifikan ($0,000 < 0,05$) antara kualitas pelayanan terhadap kepercayaan merek (d) Terhadap Pengaruh positif dan signifikan ($0,000 < 0,05$) antara kualitas pelayanan terhadap kepercayaan merek. Berdasarkan uji R^2 kontribusi dari variabel variasi produk dan lingkungan fisik Terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,417 sedangkan sisanya sebesar 0,538 dipengaruhi oleh variabel lain.(i) Berdasarkan uji R^2 kontribusi variabel variasi produk dan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan terhadap kepercayaan merek adalah sebesar 0,471 sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.Variabel penelitian yaitu variasi produk (X1), kualitas pelayanan (X2), kepercayaan merek (Z),dan loyalitas pelanggan (Y).Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuesioner sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis korelasi, regresi linear berganda, untuk uji hipotesis digunakan uji t, uji f dan uji R^2 .

Kata Kunci : Variasi produk, Kualkitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan dan Kepercayaan Merek

ABSTRACT

Nofri Eka Mulyani, 16101155310680 Department of Management, 2020, The Influence of Product Variation and Service Quality on Customer Loyalty with Brand Trust as an intervening variable. Under the guidance of Mr Jhon Veri, S.kom.,M.kom and Mr Emil Salim, S.E.,M.M

This study aims to determine how much influence product variations, service quality and brand trust on DICV customer loyalty. Wulan Jaya Motor. (a) There is a positive and significant effect ($0.000 < 0.05$). Between product variations on customer loyalty. (b) There is a positive and significant effect ($0.000 < 0.05$) between service quality and brand trust. There is a positive and significant effect ($0.415 < 0.05$). Between product variations on brand trust. (C) There is a positive and significant influence ($0.000 < 0.05$) between service quality on brand trust (d) on a positive and significant effect ($0.000 < 0.05$) between service quality on brand trust. Based on the R2 test, the contribution of product variation and physical environment variables to customer loyalty is 0.417 while the remaining 0.538 is influenced by other variables. (I) Based on the R2 test the contribution of product variation and service quality and customer loyalty variables to brand trust is 0.471 while the rest is influenced by other variables. The research variables are product variation (X1), service quality (X2), brand trust (Z), and customer loyalty (Y). The method of collecting data through surveys and distributing questionnaires is 100 respondents. The analytical method used is the validity test, reliability test, correlation analysis, multiple linear regression, to test the hypothesis used the t test, f test and R2 test.

Keywords: Product variations, Service Quality, Customer Loyalty and Brand Trust

KATA PENGANTAR