

## ABSTRAK

**Laksana Riski Mubakti**, 2020. Pengaruh Kualitas Layanan dan Loyalitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Sami Mulyo Nganjuk, Skripsi, Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen Universitas Kadiri Kediri.

Untuk mendapatkan kepuasan yang lebih tinggi pada saat konsumen melakukan pembelian terhadap produk maupun jasa, maka hal ini biasanya terkait dengan faktor-faktor pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pasca pembelian produk maupun jasa tersebut. Faktor-faktor pelayanan tersebut yaitu, seperti: area parkir, ruang tunggu, cukupnya jumlah karyawan yang melayanikonsumen dan juga keandalan karyawan dalam menangani keluhan dan masalahkonsumen apabila konsumen mengalami kesulitan. Pelayanan pelanggan merupakan pelayanan yang bersifat personal di mana terjadi interaksi antara pemberi jasa dan pelanggan yang dibentuk oleh adanya keinginan pemberi jasa untuk melayani pelanggan dan kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugas secara benar.

Populasi dalam penelitian ini semua pelanggan Toko Sami Mulyo Nganjuk. Sampel dalam penelitian ini adalah para pelanggan di Toko Sami Mulyo Nganjuk sebanyak 85 responden. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik pengambilan *accidental sampling*. Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat (Y), sedangkan variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah kualitas layanan ( $X_1$ ) dan loyalitas pelanggan ( $X_2$ ). Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket) dan dokumentasi. Sedangkan metode analisis data menggunakan Analisis statistik deskriptif, analisis regresi linear berganda, dan uji asumsi klasik.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah: (1) Hasil pengujian secara simultan (Uji F) kualitas layanan dan loyalitas pelanggan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Toko Sami Mulyo Nganjuk. (2) Hasil pengujian secara parsial (Uji t) variabel loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Toko Sami Mulyo Nganjuk, artinya jika variabel kualitas layanan ditingkatkan maka Toko Sami Mulyo Nganjuk akan meningkat. (3) Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa 0,293 berarti 29,3% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Sedangkan 70,7% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Kualitas layanan, loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan.