

INTISARI

Loyalitas merupakan kesetiaan seseorang terhadap obyek. Loyalitas konsumen tidak terbentuk dalam waktu singkat, tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman konsumen itu sendiri, baik dari pembelian maupun pelayanan yang terus-menerus dalam waktu yang panjang atau lama.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas konsumen. Obyek penelitian yaitu Dealer Motor Honda di Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna motor Honda di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Insidental Sampling*, sehingga yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna motor Honda sebanyak 110 orang yang kebetulan ditemui di dealer motor honda Eka Jaya Karunia Abadi Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil uji asumsi klasik yang dilakukan melalui normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas menyatakan bahwa semua variabel yang digunakan tidak melanggar syarat yang ditentukan. Sedangkan menurut hasil uji kelayakan model, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk digunakan. Hasil uji hipotesis menunjukkan, bahwa variabel kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen serta variabel yang dominan dalam mempengaruhi loyalitas konsumen adalah variabel promosi.

Kata kunci : kualitas pelayanan, promosi dan loyalitas konsumen

ABSTRACT

The loyalty is when a customer is loyal to an object. Customer loyalty is not formed in a short period, but it is formed through learning process and based on the experience of the customer itself both purchasing and consecutive service in a long period.

This research is meant to find out the influence of service quality and promotion to the customers loyalty. The research object is Honda Motorcycle dealer in Surabaya. The population is all users of Honda motorcycle in Surabaya. The sample collection technique has been carried out by using incidental sampling, so that the samples are 110 customers who have ever used Honda motorcycle and accidentally met at Honda motorcycle dealer Eka Jaya Karunia Abadi Surabaya. The data analysis technique has been carried out by using multiple linear regressions.

The result of classic assumption test which has been conducted by using normality, multicollinearity, and heteroscedasticity states that all variables do not violate the predetermined criteria. Meanwhile, based on the result of model feasibility test, the regression models which have been applied in this research is feasible to be used. The result of hypothesis test shows that service quality and promotion has significant influence to the customer loyalty and promotion is the variable which gives dominant influence to the customer loyalty.

Keywords: Service quality, promotion, and customer loyalty.