

ABSTRAK

Loyalitas konsumen merupakan salah satu aspek penting yang sangat diperhatikan bagi perusahaan penyedia jasa, karena dapat dianggap sebagai aset yang sangat bernilai. Terdapat juga aspek penting yang berkaitan dengan loyalitas konsumen, yaitu kualitas pelayanan, promosi, dan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas konsumen yang di mediasi kepuasan konsumen atas jasa pengiriman PT Pos Indonesia (PERSERO) di Surabaya.

Penelitian ini dilakukan pada Kantor POS Surabaya Selatan. Jenis Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode *accidental sampling*, dimana penentuan sampelnya diperoleh secara kebetulan bertemu dengan responden yang dipandang peneliti pantas sebagai sumber data. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*) dengan menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap loyalitas konsumen. Promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Promosi secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

Kata kunci: kualitas pelayanan, promosi, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen.

ABSTRACT

Consumer loyalty is one of the important aspects which mostly considered by service provider companies, as it becomes valuable asset. Besides, service quality, promotion, and consumer satisfaction are important also. Therefore, this research aimed to examine the effect of service quality and promotion on the consumer loyalty which was mediated by consumer satisfaction of PT. Pos Indonesia (PERSERO), Surabaya.

The population was consumers of PT. Pos Indonesia (PERSERO), Surabaya who located in its South office. While, the data collection technique used accidental sampling in which the sample was taken accidentally as researcher met directly and match with data source. In line with, there were 100 respondents as sample. Moreover, the data analysis technique used path analysis with SPSS.

This research result concluded service quality had positive and significant effect on the consumer satisfaction. Likewise, promotion had positive and significant effect on the consumer satisfaction. On the other hand, service quality had negative but insignificant effect on the consumer loyalty. Meanwhile, promotion had positive and significant on the consumer loyalty. Similar to promotion, consumer satisfaction had positive and significant effect on the consumers loyalty. In conclusion, service quality affected indirectly the consumer loyalty through customer satisfaction. Additionally, promotion affected indirectly the customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Promotion, Satisfaction, Loyalty.