

ABSTRAK

Pratama, Agung . 2021. Skripsi. **Pengaruh Nilai Pelanggan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Probolinggo.** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian dilakukan di PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Probolinggo dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Nilai Pelanggan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Probolinggo. dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara Nilai Pelanggan dan Lokasi secara parsial dan simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Probolinggo, serta untuk mengetahui variabel manakah diantara Nilai Pelanggan dan Lokasi yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap Loyalitas pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Probolinggo

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan hubungan kausal. Pada penelitian ini, ukuran sampel diambil dari pelanggan PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Probolinggo yang berjumlah 57 orang. Teknik *sampling* yang digunakan adalah rumus *slovin*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan pengukuran skala Likert yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program IBM SPSS versi 22.0

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan valid yaitu diatas 0,2609 dan hasil penelitian Uji Reliabilitas menunjukkan hasil yang reliabel yaitu diatas 0,60. Dari Uji t (pengujian secara parsial) Nilai Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dengan hasil pengujian $0,000 < 0,05$ dan diperoleh nilai $T_{hitung} = 5,345$ sedangkan $T_{tabel} = 2,005$, sedangkan Lokasi juga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dengan hasil pengujian $0,000 < 0,05$ dan diperoleh nilai $T_{hitung} = 7,222$ sedangkan $T_{tabel} = 2,005$, jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel X_1 dan X_2 , terhadap variabel Y secara sendiri (parsial). Dari hasil Uji F (pengujian secara simultan) variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dengan hasil $0,000 < 0,05$ dan diperoleh nilai $F_{hitung} = 77,250$ Sedangkan $F_{tabel} = 3,17$ ($F_{hitung} > F_{tabel}$) jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y secara bersama-sama (simultan). Berdasarkan hasil analisis mengenai variabel yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan, terlihat bahwa yang paling dominan berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan adalah variabel Lokasi. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil *standardized koefisien B (Beta)* sebesar 0,572 lebih besar dibandingkan dengan variabel Nilai Pelanggan dengan *standardized koefisien B (Beta)* yang hanya sebesar 0,423

Kata Kunci : Nilai Pelanggan, Lokasi, Loyalitas

ABSTRACT

Pratama, Agung. 2021. Thesis. The Influence of Customer Value and Location on Customer Loyalty at PT Pos Indonesia (Persero) Probolinggo Branch. Management Study Program, Faculty of Economics, Panca Marga University Probolinggo.

The research was conducted at PT Pos Indonesia (Persero) Probolinggo Branch with the aim of knowing the effect of Customer Value and Location on Customer Loyalty at PT Pos Indonesia (Persero) Probolinggo Branch. with the aim of knowing whether there is a significant influence between Customer Value and Location partially and simultaneously on Customer Loyalty at PT Pos Indonesia (Persero) Probolinggo Branch, and to find out which variables between Customer Value and Location have the most dominant influence on Loyalty at PT. Pos Indonesia (Persero) Probolinggo Branch

The type of research used is quantitative and causal relationship. In this study, the sample size was taken from customers of PT Pos Indonesia (Persero) Probolinggo Branch, amounting to 57 people. The sampling technique used is the slovin formula. The data collection technique uses a questionnaire with Likert scale measurements that have been tested for validity and reliability. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis with the help of the IBM SPSS version 22.0 program.

The results showed that all items were valid statements that were above 0.2609 and the results of the Reliability Test showed reliable results that were above 0.60. From the t-test (partial testing) Customer Value has an effect on Customer Loyalty with test results $0.000 < 0.05$ and obtained $T_{count} = 5.345$ while $T_{table} = 2.005$, while Location also affects Customer Loyalty with test results $0.000 < 0.05$ and obtained the value of $T_{count} = 7,222$ while $T_{table} = 2,005$, so it can be concluded that there is a significant effect between variables X_1 and X_2 , on variable Y alone (partial). From the results of the F test (simultaneous testing) the independent variable has an effect on the dependent variable with the results of $0.000 < 0.05$ and obtained the value of $F_{count} = 77.250$ While $F_{table} = 3.17$ ($F_{count} > F_{table}$) so it can be concluded that there is a significant effect between X_1 variables and X_2 to the Y variable together (simultaneously). Based on the results of the analysis of the variables that affect customer loyalty, it can be seen that the most dominant influence on customer loyalty is the location variable. This is evidenced by the results of the standardized coefficient B (Beta) of 0.572, which is greater than the Customer Value variable with the standardized coefficient B (Beta) which is only 0.423.

Keywords : Customer Value, Location, Loyalty