

ABSTRAK

Elok, Yegti. 2018. Skripsi. **Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada KBM (Kesatuan Bisnis Mandiri) Perum Perhutani Probolinggo.** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian dilakukan terhadap KBM (Kesatuan Bisnis Mandiri) Perum Perhutani Probolinggo dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh secara simultan dan parsial antara komunikasi pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan, dan juga variabel manakah yang lebih dominan terhadap loyalitas pelanggan. Populasi dalam penelitian ini sekaligus sampel yaitu seluruh pelanggan sebanyak 52 orang.

Jenis penelitian jenis yang digunakan deskriptif kuantitatif. Variabel Independennya adalah Komunikasi Pemasaran, dan Kualitas Pelayanan, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan. Metode analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif dengan memakai rumus statistik berupa uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, uji hipotesis (Uji F dan Uji T), serta uji asumsi klasik.

Hasil pengujian uji validitas menunjukkan seluruh item pertanyaan valid yaitu di atas 0,273 dan hasil penelitian uji reliabilitas menunjukkan hasil reliabel yaitu di atas 0,70. Uji normalitas menunjukkan data terdistribusi normal. Uji multikolinieritas menunjukkan variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) tidak terdapat korelasi antara variabel independen atau model regresi bebas dari multikolinieritas. Uji heteroskedastisitas menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji autokorelasi tidak terjadi autokorelasi. Uji F menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran dan kualitas pelayanan secara signifikan simultan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil yang didapatkan dari uji F adalah $F_{hitung} (121,557) > F_{tabel} (3,23)$ dan nilai (sig. 0,000 < 0,05). Uji T menunjukkan bahwa variabel (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas (Y) yaitu dengan nilai $t_{hitung} (2,611) > t_{tabel} (2,010)$ dan nilai (sig. 0,544 > 0,05). Dan variabel kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh secara dominan terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan nilai $t_{hitung} (15,589) > t_{tabel} (2,010)$ dengan nilai (sig. 0,000 < 0,05). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara komunikasi pemasaran terhadap loyalitas pelanggan dan ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di KBM (Kesatuan Bisnis Mandiri) perum perhutani Probolinggo.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan .