

## **ABSTRAK**

**ANASTASIA NATALIA NUA, 22131043**

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. KECE EXPRESS SURABAYA**

**Skripsi :Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2024**

**Kata Kunci :Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana hubungan kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Kece Express Surabaya. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan PT. Kece Express Surabaya dengan sampel sebanyak 109 responden. Penelitian ini adalah metode kuantitatif dan Teknik analisis data dengan regresi linier berganda. Sebelum data dianalisis, dilakukan pengujian kualitas data dengan uji validitas dan reliabilitas. Hasil olah data menunjukkan item kuisioner bersifat valid dan semua variable bersifat reliabel.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa, variable kepuasan pelanggan (X1) memiliki hubungan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan nilai signifikansi (sign) adalah kurang dari 0,001, yang berarti lebih kecil dari 0,05, dan nilai t hitung sebesar 4,867 yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,982, artinya apabila pelanggan dapat merasa puas, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Variabel kualitas pelayanan pelanggan (X2) memiliki hubungan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan nilai signifikansi (sign) adalah kurang dari 0,001, yang berarti lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung sebesar 3,114, yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,982, artinya apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik, maka loyalitas pelanggan akan semakin meningkat.

Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan yang diberikan semakin baik maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan. dengan nilai signifikansi (sign) adalah kurang dari 0,001, yang berarti lebih kecil dari 0,05, dan nilai F hitung sebesar 127,673, yang lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,08. Hal ini menekankan pentingnya pendekatan holistik dalam manajemen hubungan pelanggan, di mana meningkatkan baik kepuasan pelanggan maupun kualitas pelayanan pelanggan harus menjadi fokus utama.