

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dan dampaknya pada loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) air minum dalam kemasan pada PT Lodaya Dua. Kemudian juga untuk melihat seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi kualitas

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan air minum dalam kemasan di PT Lodaya Dua dimana data diperoleh dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Data yang terkumpul keseluruhan diolah dengan menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*).

Dari hasil analisis deskriptif diketahui bahwa konsumen menilai kualitas pelayanan secara umum sudah baik dengan persentase skor penilaian sebesar 73,9%. Untuk kepuasan pelanggan menunjukkan sudah tinggi dengan persentase skor sebesar 73,0%, dan loyalitas pelanggan pada air minum dalam kemasan di PT Lodaya Dua dinilai sudah tinggi dengan persentase skor sebesar 69,9%.

Hasil analisis jalur menunjukkan seluruh sub variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 54,8%. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan air minum dalam kemasan di PT. Lodaya Dua diperoleh sebesar 30,0%.

Pengaruh kualitas pelayanan terbesar dimiliki oleh sub variabel pengaruh terbesar dimiliki daya tanggap dengan total pengaruh sebesar 15,7 untuk itu perusahaan perlu mempertahankan dan meningkatkan lagi dalam segi hal daya tanggap, hal ini bertujuan agar kualitas pelayanan di perusahaan lebih baik lagi dan kepuasan pelanggan lebih meningkat lagi dan pengaruh yang terkecil dimiliki oleh keandalan sebesar 6,5% oleh karena itu perlu ada nya perbaikan dalam segi hal keandalan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan diantaranya dalam pelayanan terhadap konsumen harus bisa lebih baik lagi, pelayanan harus lebih disesuaikan lagi dengan harapan konsumen.

Kata kunci : kualitas layanan, kepuasan pelanggan , loyalitas pelanggan