

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Komunikasi, Penanganan Komplain, Melalui Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada Yamaha Mataram Sakti M.T Haryono Semarang. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Yamaha Mataram Sakti M.T Haryono Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Yamaha Mataram Sakti M.T Haryono Semarang yang melakukan pembelian sepeda motor, teknik pengambilan sampel dengan purposive sampling yaitu sampel dipilih dengan menggunakan pertimbangan yaitu konsumen yang berusia diatas 17 tahun. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan metode analisis regresi berganda. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui studi dokumentasi dan kuesioner yang pengukurannya menggunakan skala Likert dan diolah secara statistik dengan program SPSS for windows, yaitu model uji-t, uji F, dan koefisien determinasi. Teknik analisis yang digunakan yaitu : uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Data yang diperoleh berdasarkan uji statistik adalah sebagai berikut, data valid dilihat dari nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,2404. Data reliabel dilihat cronbach alpha yang lebih besar dari 0,60. Pada tahap uji asumsi klasik menunjukkan hasil data normal, tidak terjadi multikolinearitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Komunikasi, Penanganan Komplain, Melalui Kepuasan Konsumen, berpengaruh positif signifikan pada loyalitas Konsumen pada Yamaha Mataram Sakti M.T Haryono Semarang. Nilai Adjust R Square untuk pengaruh tidak langsung =0,874, berarti bahwa pengaruh komunikasi dan penanganan komplain secara bersama-sama terhadap kepuasan sebesar 87,4% sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.. Sedangkan Nilai Adjust R Square untuk pengaruh langsung =0,777, berarti bahwa pengaruh komunikasi, penanganan komplain, dan kepuasan konsumen secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen sebesar 77,7% sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Komunikasi, Penanganan Komplain, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen*

ABSTRACT

The research is aimed to reveal the impact of communication and problem sloving through customer satisfaction on customer loyalty in Yamaha Mataram Sakti M.T.Haryono Semarang. The population of the research is the customers of Yamaha Mataram Sakti M.T.Haryono Semarang who purchased a motorcycle. The data collection technique used is purposive sampling in which the sample selected is customers whose age are more than 17th years old. The method of data analysis is Path Analysis. The researcher used quantitative research. The data used were primary and secondary data which were collected by using qesionnaire and documentation study which measured by using likert schale and then processed satisfically using SPSS for windows that are T-test, F-test, and coefficient of determination. The data analysis technique are as follows, validity test, reliability test, and classical assumptions test including normality test, multicollinearity test and heteroskedasticity test.

The data obtained by statistical test is follows, valid data seen from the value of r count bigger than r table of 0.2404. the reliability data based on cronbach alpha which bigger than 0,60. In assumptions test shows normal data which are not effected by multicollinearity and heteroskedasticity. The research shows communication and problem sloving through customer satisfaction gives positive impacts on customer loyalty in Yamaha Mataram Sakti M.T.Haryono Semarang. The adjusted R-square value on indirect influence = 0,874, meaning that the impact of communication and problem sloving on customer satisfaction is 87,4% while are not studied in this research. However, the adjusted R-square value on direct = 77,7%, which means that communication and problem sloving through satisfaction is 77,7%, while the rest are explained in other factors which are studied in this research.

Keyword : Communication, Problem Sloving, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty.