

## ABSTRAK

### **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN KETERHUBUNGAN, KOMITMEN, DAN KEPERCAYAAN PADA LOYALITAS MITRA BISNIS PT. COCA COLA AMATIL INDONESIA**

**Muthia Cita Hapsari**  
**17/421924/PEK/23501**

Perusahaan mengakui bahwa keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam ekonomi global semakin mengharuskan perusahaan untuk menjalin hubungan pemasaran dalam rangka membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan pihak lain yang salah satunya adalah mitra bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari layanan teknis (*advertising* dan *campaign*) dan layanan fungsional (komunikasi dan pengiriman barang), kepuasan keterhubungan, komitmen, dan kepercayaan pada loyalitas mitra bisnis yang dalam penelitian ini adalah *outlet-outlet* retail. Metode *sampling* yang digunakan adalah teknik *simple random sampling*. Metode pengumpulan data primer dengan kuesioner sebanyak 132 responden. Alat analisis yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Model*) dengan menggunakan program AMOS 22 *version*. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas layanan fungsional berpengaruh pada kepuasan keterhubungan, tetapi kualitas layanan teknis yang tidak berpengaruh. Loyalitas pemilik *outlet* dipengaruhi oleh kepercayaan tetapi tidak dipengaruhi oleh kepuasan keterhubungan dan komitmen. Kepuasan keterhubungan berpengaruh positif pada tingkat komitmen dan kepercayaan serta kepercayaan berpengaruh positif pada komitmen pemilik *outlet*.

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Keterhubungan, Komitmen, Kepercayaan, Loyalitas, Mitra Bisnis.*

## ABSTRACT

### THE ANALYSIS OF THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, RELATIONSHIP SATISFACTION, COMMITMENT, AND TRUST IN LOYALTY BUSINESS PARTNERS PT. COCA COLA AMATIL INDONESIA

**Muthia Cita Hapsari**  
**17/421924/PEK/23501**

*The company admits that continuously competitive excellence in the global economy requires companies to interweave marketing relationships to build long-term relationships with customers and other parties, one of them is a business partner. This research has purpose to find out the effect of service quality consisting of technical services (advertising and campaign) and functional services (communication and shipping), relationship satisfaction, commitment, and trust in the loyalty of business partners in this research are retail outlets. The sampling method used is simple random sampling technique. The method of collecting primary data is using a questionnaire with 132 respondents. The analytical tool used is the SEM (Structural Equation Model) using the AMOS 22 version program. The results showed that functional service quality had an effect towards satisfaction of relationship, but the quality of technical services had no effect. Outlet owner loyalty is influenced by trust but is not influenced by satisfaction and commitment. Relationship satisfaction has a positive effect on the level of commitment and trust, and trust has a positive influence on the commitment of the outlet owner.*

**Keywords:** *Service Quality, Relationship Satisfaction, Commitment, Trust, Loyalty, Business Partners.*