

INTISARI

Dalam era globalisasi diperlukan suatu strategi yang tepat bagi perusahaan untuk dapat mengembangkan pangsa pasar dalam suatu industri. PT Axalta Coating Systems Indonesia sebagai salah satu pemimpin pasar dalam industri cat serbuk menerapkan disiplin nilai keakraban dengan pelanggan sebagai fokus utama dalam mengembangkan pangsa pasarnya. PT Axalta Coating Systems Indonesia mengalami 3 perubahan kepemilikan dalam periode hampir 25 tahun berdiri di Indonesia namun para pelanggan tetap membeli produk cat serbuk yang dihasilkan walaupun terjadi perubahan nama perusahaan. Hal ini yang membuat penulis tertarik untuk menganalisis hubungan antara kualitas layanan yang telah diberikan selama ini dengan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini dilakukan terhadap pelanggan PT Axalta Coating Systems Indonesia yang berlokasi di Jabotabek dan Jawa Barat dengan jumlah responden 52 perusahaan yang diwakili oleh para supervisor, manager atau direktur perusahaan tersebut. Penulis melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner menggunakan skala Likert untuk pengumpulan data. Pengolahan data dilakukan dengan metode statistik yaitu analisis regresi menggunakan bantuan program SPSS. Analisis regresi dilakukan dua tahap yaitu regresi linear berganda variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan tahap kedua adalah regresi linear sederhana kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya 1 variabel dari 5 variabel kualitas layanan yang tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yaitu daya tanggap. Variabel daya tanggap tidak signifikan namun merupakan variabel yang mutlak harus dimiliki oleh perusahaan untuk dapat memuaskan pelanggan karena kepuasan pelanggan berpengaruh besar dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

In the era of globalization each company require an appropriate strategy to grow the market share in the industry. PT Axalta Coating Systems Indonesia as one of the market leaders in powder coating industry applied customer intimacy as the main focus of value discipline in developing its market share. PT Axalta Coating Systems Indonesia experienced three changes of ownership in the period of almost 25 years in Indonesia, however the customers still buy the products despite the change of the company name. This makes the writer interested to analyze the relationship between the quality of service that has been given so far with customer loyalty.

The research was conducted on customers of PT Axalta Coating Systems Indonesia is located in Greater Jakarta and West Java with the number of respondents 52 companies represented by the supervisor, manager or director of the company. Author collecting data by distributing questionnaires using Likert scale for data collection. Data processing is performed by the method of statistical regression analysis using SPSS. Regression analysis was performed two stages, multiple linear regression variables of service quality to customer satisfaction and the second stage is a simple linear regression customer satisfaction to customer loyalty.

The results showed that only one variable from 5 variables of service quality that is not striving positive and significant impact on customer satisfaction is responsiveness. Variable responsiveness is not significant but it is an absolute variable that must be owned by a company to be able to satisfy the customer because customer satisfaction gives significant influence to increase customer loyalty.

Keywords: service quality, customer satisfaction, customer loyalty