

ABSTRAK

Dalam penelitian ini penulis mengambil judul "Pengaruh Saluran Distribusi dan *Service Delivery System* Terhadap Loyalitas Konsumen PT. Tri Megah Gemilang pada Apotik dan Rumah Sakit di wilayah Jakarta dan Sekitarnya". Tujuan dari penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk mengetahui pelaksanaan saluran distribusi di PT Tri Megah Gemilang, untuk mengetahui pelaksanaan *service delivery system* di PT Tri Megah Gemilang, untuk mengetahui tingkat loyalitas konsumen PT. Tri Megah Gemilang, dan Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh saluran distribusi dan *service delivery system* terhadap loyalitas konsumen PT. Tri Megah Gemilang.

Untuk mengukur dan menganalisa hubungan antara variabel-variabel tersebut di atas penulis menyebarkan 50 responden yang membeli produk obat mata melalui distributor PT. Tri Megah Gemilang. Kemudian dari hasil tanggapan responden yang dilakukan dengan metode statistik yaitu dengan validitas dan reliabilitas, korelasi rank spearman, statistik uji F, statistik uji t, dan koefisien determinasi r.

Dari hasil penelitian bahwa tanggapan konsumen atas pelaksanaan saluran distribusi yang dilakukan oleh PT. Tri Megah Gemilang dapat dikatakan baik, karena berdasarkan pengolahan hasil kuesioner dapat dilihat bahwa nilai rata-rata dari keseluruhan pertanyaan adalah sebesar 3,94, dan pelaksanaan *service delivery system* yang dilakukan oleh PT. Tri Megah Gemilang dapat dikatakan baik, karena berdasarkan pengolahan hasil kuesioner dapat dilihat bahwa nilai rata-rata dari keseluruhan pertanyaan adalah sebesar 4,06, serta tanggapan responden terhadap tingkat loyalitas konsumen PT. Tri Megah Gemilang dapat dikatakan baik, karena berdasarkan pengolahan hasil kuesioner bahwa loyalitas konsumen PT. Tri Megah Gemilang memiliki rata-rata sebesar 4,05.

Berdasarkan hasil perhitungan didapat koefisien determinasi atau *R Square* (R^2) sebesar 0,532 atau 53,2%, Angka tersebut berarti 53,2% loyalitas konsumen dipengaruhi oleh saluran distribusi dan *service delivery system*, sedangkan sisanya sebesar 46,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Secara simultan (bersama-sama) ada pengaruh signifikan Saluran Distribusi dan *service delivery system* terhadap loyalitas konsumen, dan secara parsial (sendiri-sendiri) ada pengaruh signifikan saluran distribusi terhadap loyalitas konsumen., serta secara parsial ada pengaruh signifikan *service delivery system* terhadap loyalitas konsumen, dengan melihat angka signifikansi dari kedua uji tersebut dibawah angka 0,05 atau 5% (tingkat alfabanya).

Kata kunci: Saluran Distribusi, *Service Delivery System* dan Loyalitas Konsumen