

## ABSTRAK

Dalam karya akhir ini penulis memberikan judul "Kualitas Jasa Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen PT Vira Interco". Untuk mengetahui berapa besar pengaruh dan efektifitas yang dilakukan oleh perusahaan terhadap pelanggan selama ini, perlu dilakukan analisa. Dalam mewujudkan kualitas pelayanan yang diinginkan pelanggan, perusahaan berusaha melakukan peningkatan pelayanan yang sangat dibutuhkan pelanggan untuk mewujudkan loyalitas.

Konsep untuk mengetahui kualitas jasa pelayanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan, peneliti menggunakan kualitas jasa pelayanan dengan variabel independen yang terdiri dari *tangible*, *emphaty*, *responsiveness*, *reliability* dan *assurance* sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah loyalitas.

PT Vira Interco adalah perusahaan *water treatment chemicals* yang merupakan distributor produk kimia Ortagon barang dan jasa. Adapun metode pelayanan yang dilakukan selama ini oleh perusahaan adalah dengan melakukan kunjungan secara rutin untuk melakukan penggunaan bahan kimia sesuai dengan dosis yang dibutuhkan untuk mengatasi masalah kerak, lumut dan korosi pada peralatan yang dilakukan setiap bulan. Dari hasil kunjungan rutin diperoleh data analisa air dan kondisi perawatan peralatan dilapangan untuk mengetahui baik atau buruknya kondisi yang sedang dialami.

Untuk melaksanakan efektifitas penulisan metode yang digunakan adalah interviu secara langsung dengan penyebaran kuisisioner yang telah berhasil dikumpulkan sebanyak 103 responden berbagai perusahaan yang berlokasi Jakarta, Bogor, Tangerang, Bekasi. Untuk hasil kuisisioner dilakukan pengolahan data dengan menggunakan metode analisa data reliabilitas, validitas, normalitas, multikolinearitas, uji t, uji F anova dan regresi linear.

Setelah dilakukan proses analisa data maka, dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa, kualitas jasa pelayanan yang terdiri dari tampilan fisik, kepedulian, daya tanggap, keandalan dan kepastian mempengaruhi secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari hasil kuisisioner yang dilakukan ada beberapa indikator yang masih dianggap belum mencapai tingkat kepuasan yang diinginkan pelanggan namun, hal ini perlu ada perhatian khusus dari pihak perusahaan untuk meningkatkan kualitas jasa pelayanan demi mewujudkan loyalitas.