

ABSTRAK

PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk berlokasi di Jalan Cimareme No. 131, Padalarang, Kabupaten Bandung. Dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat di antara usaha sejenis, PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk harus menarik sebanyak mungkin konsumen agar mau mengkonsumsi produknya, memberikan kepuasan kepada konsumennya dan dari kepuasan pelanggan ini akan menimbulkan loyalitas. Dimana menurut Reichheld dalam surveynya mengemukakan bahwa "peningkatan tingkat retensi pelanggan sebesar 5% saja akan bisa meningkatkan laba antara 25% hingga 95%."

Tujuan penelitian yang dilakukan pada PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Untuk mencapai tujuan tersebut, salah satu strategi yang dilakukan adalah dengan menjaga kualitas produk dengan baik dan selalu berusaha memberikan kepuasan untuk pelanggan. Berdasarkan pemikiran di atas, penulis mencoba melakukan penelitian pada PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk yang hasilnya dituangkan dalam skripsi berjudul **HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUASAN KONSUMEN, DAN LOYALITAS PELANGGAN SUSU UHT ULTRAJAYA.**

Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ultra memiliki korelasi sebesar 0,84 yang berarti mempunyai korelasi positif dan termasuk dalam kategori hubungan yang sangat kuat. Koefisien determinasinya adalah 70,56% yang berarti kepuasan pelanggan dipengaruhi sebesar 70,56% oleh kualitas produk sedangkan sisanya sebesar 29,44% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dihitung. Pengujian hipotesis dengan analisis korelasi *Rank Spearman* mendapatkan hasil sebesar 8,3. Kemudian pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ultra memiliki korelasi sebesar 0,75 yang berarti mempunyai korelasi positif antar variabel. Termasuk dalam kategori hubungan yang cukup kuat tetapi ada hubungan searah. Koefisien determinasinya adalah 56,25% yang berarti loyalitas pelanggan dipengaruhi sebesar 56,258% oleh kepuasan sedangkan sisanya sebesar 43,75% dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak dihitung. Pengujian hipotesis dengan analisis korelasi *Rank Spearman* mendapatkan hasil sebesar 7,4.

Hipotesis yang semula diajukan yaitu :

1. Kualitas produk mempunyai hubungan positif dengan tingkat Kepuasan konsumen.
2. Kepuasan konsumen mempunyai pengaruh positif dengan loyalitas pelanggan.

Dari hipotesis yang diajukan semula dapat diterima. Hal tersebut dapat dibuktikan dari perhitungan statistika nilai z untuk kepuasan sebesar 8,3 lebih besar dari z_{tabel} sebesar 1,64, serta hubungan antara variabel X dengan variabel Y1 yang sangat kuat dan searah berdasarkan perhitungan $r_s = 0,84$. dan perhitungan statistika nilai z untuk loyalitas sebesar 7,4 lebih besar dari z_{tabel} sebesar 1,64, serta hubungan antara variabel Y1 dengan variabel Y2 yang cukup kuat dan searah berdasarkan perhitungan $r_s = 0,75$.

Saran yang dapat diberikan adalah meningkatkan kualitas produk yang telah dilakukan, meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan faktor pembentuk loyalitas, dan melakukan penelitian terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan secara rutin.