

**ANALISIS BEBERAPA FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KESETIAAN PELANGGAN CATERING AGAPE
DI SURABAYA**



Oleh :

DAVID IRAWAN

NRP. 11195003

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA
SURABAYA
1999**

ABSTRAK

Menjamurnya perusahaan home industri yang bergerak dibidang jasa terutama jasa catering maka dari itu pihak catering Agape hendaknya tanggap terhadap situasi yang terjadi saat ini. Di dalam mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan yaitu untuk mendapatkan laba yang maksimal serta memperluas perusahaan dimasa yang akan datang adalah tidak mudah. Sebab banyaknya bermunculan catering-catering lain yang merupakan pesaing catering Agape. Untuk mencapainya diperlukan suatu strategi yang baik sehingga catering Agape tidak kalah bersaing dengan pihak catering yang lain, semua itu tidak lepas dari pengaruh harga, kualitas dan pelayanan yang diberikan catering Agape dalam meningkatkan kesetiaan pelanggan.

Dalam hal ini penulis melakukan penelitian pada Catering Agape di Surabaya, di mana perusahaan tersebut memproduksi produk yang berupa masakan baik itu masakan. Dari penelitian yang dilakukan penulis menemukan bahwa dalam meningkatkan kesetiaan pelanggan pihak catering tidak pernah mengetahui faktor apa yang dapat membuat pelanggan merasa loyal terhadap produk kita. Dari hal tersebut pihak catering Agape sering kali mengalami naik turunnya jumlah pelanggan.

Dengan melihat permasalahan tersebut, sebaiknya perusahaan mengadakan Intropeksi terhadap keputusan perusahaan dalam menagani masalah naik turunnya jumlah pelanggan tersebut. Dan perusahaan diharapkan melihat kebijaksanaan apa yang akan diberikan pihak catering terhadap pelanggan. Baik itu terhadap faktor harga, kualitas dan pelayanan sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesetiaan pelanggan catering Agape di Surabaya untuk masa yang akan datang.

Hasil penelitian yang dilakukan adalah dengan adanya test Regresi Linier Berganda maka diketahui bahwa harga, kualitas dan pelayanan berpengaruh terhadap kesetiaan pelanggan catering Agape, walaupun dari analisis regresi tersebut menunjukkan nilai yang kecil tetapi tetap memiliki pangaruh. Dari ketiga variabel tersebut diketahui bahwa variabel harga lebih dominan pengaruhnya terhadap kesetiaan pelanggga. Sehingga perlu dipertahankan pada variabel harga dan lebih ditingkatkan pada variabel kualitas dan pelayanan. sehingga kesetiaan pelanggan dapat ditingkatkan.