Analisis Jalur Model *Trimming* Untuk Mengetahui Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Dalam Pembelian Oli Yamalube

Rikky Ardiansyah Lubis

ABSTRAK

Model *Trimming* adalah model yang digunakan untuk memperbaiki suatu model struktur analisis jalur dengan cara mengeluarkan dari model variabel *independen* yang koefisien jalurnya tidak signifikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor mana saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah target pasar(X_1) , posisi produk(X_2), citra merek(X_3), kualitas jasa(X_4) , sebagai variabel *independen* terhadap kepuasan pelanggan(X_5) dan loyalitas pelanggan (Y) sebagai variabel *dependen*. Dari hasil analisis diperoleh persamaan $X_5 = 0{,}397X_2 + 0{,}328X_4 + 0{,}8234\varepsilon_1$ dimana variabel posisi produk (X_2) yang paling besar mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,397 dan persamaan $Y = 0{,}492X_2 + 0{,}261X_3 + 0{,}7328\varepsilon_2$ dimana variabel posisi produk (X_2) yang paling besar mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 0,492.

Kata Kunci : Target Pasar, Posisi Produk, Citra Merek, Kualitas Jasa, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan dan Metode *Trimming*