

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Bus Trans Citra Raya

Nama : Riskha Oktaviana

Program Studi : S1 Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pada Bus Trans Citra Raya dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan dan persepsi harga, loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen.

Model analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 135 responden. Responden dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa bus trans citra raya minimal usia 17 tahun yang dijumpai dilingkungan halte Bus Trans Citra Raya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan Pelanggan menjadi variabel intervening dalam hubungan tidak langsung antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dan pengaruh tidak langsung antara persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.

ABSTRAK

Title: Effect of Service Quality and Price Perception on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction on Trans Citra Raya Bus

Name: Riskha Oktaviana

Study program: S1 Management

This study aims to determine the effect of service quality and price perception on customer loyalty in Trans Citra Raya Bus with customer satisfaction as an intervening variable. The independent variable in this study consisted of service quality and price perception, customer loyalty as the dependent variable.

The analysis model used in this study is path analysis. The sampling technique in this study uses non probability with purposive sampling technique. The number of samples used in this study amounted to 135 respondents. Respondents in this study were all users of the Trans Citra Raya bus service with a minimum age of 17 years found in the Trans Citra Raya bus stop environment.

The results of this study indicate that service quality has a negative and not significant effect on customer satisfaction, price perception has a positive and significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty. Customer satisfaction becomes an intervening variable in the indirect relationship between the effect of service quality on customer loyalty and the indirect effect between price perception on customer loyalty.

Keywords: Service Quality, Price Perception, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty.