

## **ABSTRACT**

*This study is to indicate the effect of Quality Service, Price and Promotion for the Customer's Loyalty. The Object of this study was the community around West Jakarta. This study was conducted on 100 respondents using quantitative descriptive approach. Therefore, the data analysis used in the statistical analysis in the form of multiple regression analysis, the application used was SPSS version 20.*

*Simultaneously, the result of this study shows the variable of Quality Service, Price and Promotion for the Customer's Loyalty of Go-Jek. Another result of this study shows that in partial, Price and Promotion effect the Customer's Loyalty, while the variable of Quality Service partially have no effect on Customer's Loyalty. From these three variables, the variable of Quality Service has no significant effect, partially, on Customer's Loyalty, the variable of Price has significant effect, partially, on Customer's Loyalty and the variable of Promotion has significant effect, partially, on Customer's Loyalty.*

*Keywords: Quality Service, Price, Promotion and Customer's Loyalty.*



## ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan. Objek penelitian ini adalah masyarakat sekitar Jakarta Barat. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linier berganda, aplikasi yang digunakan adalah aplikasi SPSS versi 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel Kualitas Layanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek. Hasil lain dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Harga dan Promosi berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, sedangkan variable Kualitas Layanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Dari ketiga variabel tersebut, variabel kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan, variable Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan dan variabel Promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Harga, Promosi dan Loyalitas Pelanggan.

