

ABSTRACT

This study aimed to analyze the influence of Price, Quality of Service, Customer Satisfaction to Customer Loyalty. A sample of 100 respondents who are Customer TransJakarta Bus by using purposive sampling technique. Analysis of the data used is Structural Equation Model (SEM) and for processing data using the program Partial Least Square (Smart-PLS) Versi 3.0. The results showed that: variable Price not significant impact on the Customer Loyalty ; Service Quality variable direct and significant impact on the Customer Loyalty, Customer Satisfaction variable direct and significant impact on the Customer Loyalty. Accordingly, you should TransJakarta bus continues to improve service quality. It will be able to influence customers become loyal.

Keywords: *Price, Quality of Service, Service Satisfaction, Customer Loyalty*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. Sampel sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen pengguna bus TransJakarta dengan menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data yang digunakan adalah dengan *Structural Equation Model (SEM)* dan untuk pengolahan datanya menggunakan program *Partial Least Square (Smart-PLS)* Versi 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: variabel Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen; dan variabel Kepuasan Konsumen berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Dengan demikian, sebaiknya bus TransJakarta jakarta terus meningkatkan kualitas pelayanan. Hal tersebut akan mampu mempengaruhi konsumen menjadi loyal.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen



UNIVERSITAS
MERCU BUANA