

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, nilai konsumen, kepercayaan, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. Objek penelitian ini adalah pelayanan PT. Transjakarta guna menciptakan loyalitas. Penelitian ini dilakukan terhadap 150 responden dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisis statistik dalam bentuk metode analisis SEM.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel kepuasan konsumenn dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas dan hasil juga menunjukkan nilai signifikan dari dua variabel bebas yang mendukung hipotesa (uji t). Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas layanan, nilai konsumen, kepercayaan, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: kualitas layanan, nilai konsumen, kepercayaan, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen

Abstract

This research is to know the influence of quality of service, the value of the consumer confidence and consumer satisfaction to customer loyalty. The object of this research is the PT Transjakarta services in order to create customer loyalty. This research was done on the 150 respondents with quantitative descriptive approach. Because the statistical analysis in the form of a method analysis of Shem.

The results of this research shows that partially, konsumenn satisfaction variable and trust affect customer loyalty and the result also shows the significant value from two free variables which supports the hypothesis test (t). Therefore the test results from this research states that there is a significant impact between the service quality variable, consumer value, trust and consumer satisfaction to customer loyalty.

Key Words: service quality, consumer value, trust consumer satisfaction, loyalitas consumers