

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di PO. Haryanto. Populasi adalah penumpang yang sudah pernah menggunakan jasa transportasi PO. Haryanto Kudus. Dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu dikhususkan pada penumpang yang sudah pernah menggunakan jasa transportasi PO. Haryanto Kudus dan yang berumur diatas 17 tahun, diperoleh jumlah sampel sebesar 100 orang. Alat analisisnya adalah path analisis, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas dan realibilitas serta uji asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terbukti mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, dapat diartikan semakin tinggi konsumen dalam menggunakan jasa transportasi PO. Haryanto. Kepercayaan dan persepsi harga juga mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dapat diartikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan PO. Haryanto maka akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi tersebut. Kepercayaan mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan terhadap PO. Haryanto, maka akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi. Persepsi harga terbukti mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan konsumen mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dapat diartikan bahwa semakin tinggi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi, maka akan semakin meningkatkan loyalitas pelanggan.

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

ABSTRACT

This study aims to describe and analyze then influence of service quality, customer trust and perception of price to customer trust and perception of price to customer satisfaction and customer loyalty at PO. Haryanto. Population is passengers who have been using the transportation service PO. Haryanto Kudus. By using purposive sampling technique, which is devoted to the passanger. Who already use the service of PO. Haryanto holy and aged over 17 years. Obtained a sample of 100 people. Analysis tool is the path analysis, which previously conducted validity and realibility as well as the classic assumption test.

The result showed that the quality of service shown to have a positive impact on customer satisfaction, can be interpreted the higher the quality of service that is given, the higher the customer satisfaction in the use of transport service PO. Haryanto, customer trust and perception of price also have a positive effect on customer satisfaction, service quality has a positive effect on customer loyalty, can be interpreted that higher the quality of services provided PO. Haryanto then the higher the customer loyalty using the transportation services. Price perception proved to have a positive effect on customer loyalty. Customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty, can be interpreted than the higher the customer satisfaction in the use of transport services, it will further improve customer loyalty.