

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA JASA LAYANAN TRANSPORTASI ONLINE MAXIM DI KOTA YOGYAKARTA

Yohanes Baptisa Wasi Wangu
Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh secara simultan Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada jasa layanan transportasi *online* Maxim, 2) Pengaruh secara parsial Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada jasa layanan transportasi *online* Maxim, 3) Pengaruh secara parsial promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada jasa layanan transportasi *online* Maxim, 4) Pengaruh secara parsial kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada jasa layanan transportasi *online* Maxim. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode Survey. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa layanan transportasi Maxim dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Harga, Promosi, dan kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada jasa layanan transportasi *online* Maxim, 2) Harga secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada jasa layanan transportasi *online* Maxim, 3) Promosi secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada jasa layanan transportasi *online* Maxim, 4) Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada jasa layanan transportasi *online* Maxim.

Kata kunci: Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE, PROMOTION, AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY IN TRANSPORT SERVICES ONLINE MAXIM IN THE CITY OF YOGYAKARTA

Yohanes Baptisa Wasi Wangu
Management Study Program, Economics Faculty
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2024

This research aims to find out: 1) Simultaneous influence of Price, Promotion, and Service Quality on Customer Loyalty in Maxim *online* transportation services, 2) Partial effect of Price on Customer Loyalty in Maxim *online* transportation services, 3) Partial effect of promotion on Customer Loyalty in Maxim *online* transportation services, 4) Partial effect of service quality on Customer Loyalty in Maxim *online* transportation services. The type of research used is quantitative research with Survey method. The population in this study were all users of Maxim transportation services with a sample size of 100 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. The data analysis technique used in this study is descriptive analysis and multiple linear regression analysis using the SPSS 22 programme the result of this study showed that: 1) Price, Promotion, and Service quality simultaneously affect customer loyalty, 2) Price partially affects customer loyalty, 3) Promotion partially affects customer loyalty, 4) Service Quality partially affects customer loyalty.

Keywords: Price, Promotion, and Service Quality