

**PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA
BISKITA TRANS PAKUAN DI KOTA BOGOR MELALUI
KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI INTERVENING**

TESIS

**Diajukan untuk Memenuhi sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Magister
Manajemen**



**Rizaldi Darmawan
NPM. 072522019**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS PAKUAN
2024**

**PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA
BISKITA TRANS PAKUAN DI KOTA BOGOR MELALUI
KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI INTERVENING**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Magister
Manajemen



Rizaldi Darmawan

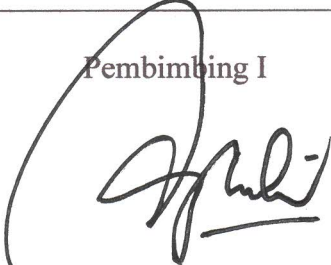



NPM. 072522019

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS PAKUAN
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

RIZALDI DARMAWAN
NPM. 072522019

**PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA BISKITA
TRANS PAKUAN DI KOTA BOGOR MELALUI KUALITAS
PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI INTERVENING**

DISETUJUI DAN DISAHKAN OLEH PEMBIMBING TESIS	
<p>Pembimbing I</p>  <p><u>Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip Diposumarto, MS.</u> NIP/NIK : 8994 940 022</p>	<p>Pembimbing II</p>  <p><u>Dr. Hari Muharam, SE., MM., CIHCM</u> NIP/NIK : 1080 003 7385</p>
Tanggal: 18-07-2024	Tanggal: 20-07-2024
DISETUJUI DAN DISAHKAN OLEH PANITIA UJIAN MAGISTER	
<p>Ketua,¹</p>  <p><u>Prof. Dr. Ing. H. Soewarto Hardienata</u> NIP/NIK : 0994 030 210</p>	<p>Sekretaris,²</p>  <p><u>Dr. Herdiyana, SE., MM</u> NIP/NIK : 1070 402 6441</p>
Tanggal: 24/7/2024	Tanggal: 29-07-2024
No. Registrasi :	
Tanggal Lulus :	

Keterangan:

- 1) Dekan Sekolah Pascasarjana
- 2) Ketua Program Studi Manajemen

**PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA BISKITA
TRANS PAKUAN DI KOTA BOGOR MELALUI KUALITAS
PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI INTERVENING**

Rizaldi Darmawan

072522019

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada penggunaan BisKita Trans Pakuan di Kota Bogor. Metode penelitian ini memakai metode kuantitatif dengan menggunakan teknik survei. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna BisKita Trans Pakuan. Teknik penarikan sampelnya menggunakan *Non Probability Sampling* dengan prosedur *Purposive Sampling* dengan metode *Accidental Sampling*, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 400 responden. Teknik Analisis yang digunakan yaitu Statistik Deskriptif dan *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan dan persepsi harga bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepuasan konsumen secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen, persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen.

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

***INCREASING CUSTOMER LOYALTY OF TRANS PAKUAN BISKITA
USERS IN BOGOR CITY THROUGH SERVICE QUALITY AND PRICE
PERCEPTIONS WITH CUSTOMER SATISFACTION AS INTERVENING***

Rizaldi Darmawan

072522019

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of service quality and price perceptions on customer loyalty through customer satisfaction. This study aims to analyze the factors that influence customer loyalty in the use of BisKita Trans Pakuan in Bogor City. This research method uses quantitative methods using survey techniques. The population used in this study were consumers of BisKita Trans Pakuan users. The sampling technique used Non Probability Sampling with Purposive Sampling procedure with Accidental Sampling method, the number of samples used in this study were 400 respondents. The analysis techniques used are Descriptive Statistics and Structural Equation Modeling (SEM). The results of this study indicate that service quality affects customer satisfaction, perceived price affects customer satisfaction, service quality affects customer loyalty, perceived price affects customer loyalty, customer satisfaction affects customer loyalty, service quality and perceived price together affect customer satisfaction, service quality, perceived price and customer satisfaction together affect customer loyalty, service quality affects customer loyalty through customer satisfaction, perceived price affects customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Price Perception, Consumer Satisfaction, Customer Loyalty*