

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh harga tiket dan customer relationship marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 92 responden yang merupakan para penumpang bus lubuk basung ekspres. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dan analisis jalur untuk melihat pengaruh harga tiket dan customer relationship marketing terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel harga tiket (X1) variabel customer relationship marketing (X2) memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan (Y), hal ini terbukti dari nilai signifikansi dari kedua variable $0,001 > 0,05$. Variabel harga tiket dan customer relationship marketing memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Dapat dilihat X1 melalui Z mempunyai pengaruh terhadap Y, yakni sebesar $-0,871 \times -0,863 = 0,752$ hal ini berarti variabel Z merupakan variabel intervening yang dominan, karena mampu menjadi variabel penghubung X1 dapat mempengaruhi Y, dan X2 melalui Z mempunyai pengaruh terhadap Y yakni sebesar $0,706 \times 0,160 = 0,11296$, hal ini berarti variabel Z merupakan variabel Intervening dominan, karena mampu menjadi variabel penghubung X2 dapat mempengaruhi Y. Hasil ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh langsung maupun tidak langsung antara X1, X2 terhadap Y melalui Z. Hasil uji koefisien determinasi juga menunjukkan bahwa (*Adjusted R Square*) sebesar 0,889 atau 78,9% hal ini menunjukkan bahwa persentase loyalitas pelanggan dipengaruhi harga tiket, customer relationship marketing dan kepuasan pelanggan sebesar 88,9%. Sedangkan sisanya 11,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci : Harga Tiket, Customer Relationship Marketing, Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan.