

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 98 responden yang merupakan para penumpang PT KAI Sibinuang Drive II Sumbar. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dan analisis jalur untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan dan harga tiket terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) variabel harga tiket (X2) memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan (Y), hal ini terbukti dari nilai signifikansi  $0,001 > 0,05$ . Dan variabel harga tiket (X2) tidak memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan (Y), hal ini terbukti dari nilai signifikansi  $0,542 > 0,05$ . Yaitu variabel kualitas pelayanan dan harga tiket memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Dapat dilihat X1 melalui Z mempunyai pengaruh terhadap Y, yakni sebesar  $0,073 \times 0,300 = 0,0219$  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 0,709 atau 70,9% hal ini menunjukkan bahwa persentase loyalitas pelanggan dipengaruhi kualitas pelayanan, harga tiket dan kepuasan pelanggan sebesar 70,9%. Sedangkan sisanya 29,1 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Akhirnya peneliti menyarankan bahwa untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Y) perusahaan harus meningkatkan Kualitas Pelayanan (X1), Harga Tiket (X2), maupun Kepuasan Pelanggan (Z) agar perusahaan bisa mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan tersebut.

**Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga Tiket, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.**