

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui seberapa besar pengaruh harga, kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa go-jek di kota Padang. Metode pengumpulan data melalui survei dan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas dan reabilitas, analisis korelasi, analisis linier berganda, untuk uji hipotesis digunakan uji t dan uji f. Sampel perusahaan ini berjumlah 100 responden.

Berdasarkan penelitian yang didapatkan berdasarkan uji parsial (uji t) diperoleh hasil uji bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan. Dimana t -hitung lebih besar dari t -tabel ($9,151 > 1,984$) atau tingkat signifikan kecil dari α ($0,000 < 0,05$) maka dapat diperoleh H_0 ditolak H_a diterima. Bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dimana t -hitung lebih besar dari t -tabel ($2,083 > 1,984$) atau tingkat signifikan lebih kecil dari α ($0,040 < 0,05$) maka dapat diperoleh H_0 ditolak H_a diterima. Bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dimana t -hitung lebih besar dari t -tabel ($4,139 > 1,984$) atau tingkat signifikan lebih kecil dari α ($0,000 < 0,05$) maka dapat diperoleh H_0 ditolak H_a diterima. Bahwa secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan Harga, Kepercayaan Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dimana nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($47,832 > 2,70$). Nilai F 63,151 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari α 0,05. Maka diperoleh H_0 ditolak dan H_a diterima

Kata Kunci : Harga, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence price, customer trust and customer satisfaction have on customer loyalty to go-jek service users in the city. Methods of collecting data through surveys and questionnaires. The analytical method used is validity and reliability test, correlation analysis, multiple linear analysis, to test the hypothesis used t test and f test. The sample of this company is 100 respondents.

Based on the research obtained based on the partial test (t test) the test results obtained that partially there is a positive and significant influence on price on customer loyalty. Where t-count is greater than t-table ($9,151 > 1.984$) or a small significant level of alpha ($0.000 < 0.05$) then it can be obtained that H_0 is rejected. H_a is accepted. That partially there is a positive and significant influence of Customer Trust on Customer Loyalty. Where the t-count is greater than t-table ($2.083 > 1.984$) or the level is significantly smaller than alpha ($0.040 < 0.05$), it can be obtained that H_0 is rejected. H_a is accepted. That partially there is a positive and significant influence on customer satisfaction on customer loyalty. Where the t-count is greater than t-table ($4.139 > 1.984$) or the level is significantly less than alpha ($0.000 < 0.05$), then H_0 is rejected. H_a is accepted. That simultaneously there is a positive and significant effect of Price, Customer Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty. Where the value of F is greater than the value of F ($47.832 > 2.70$). The F value is 63,151 with a significant level of 0.000 which is smaller than an alpha of 0.05. Then it is obtained that H_0 is rejected and H_a is accepted

Keywords: Price, Customer Trust, Customer Satisfaction and Loyalty