

***Analysis of Service Quality On Loyalty Through Consumer Satisfaction of
Commuter Line KRL Transportation Service Users In DKI Jakarta***

By Farhan Atha Syarif

Abstract

This study uses quantitative methods because to determine the effect of service quality and customer satisfaction on the loyalty of KRL Commuter Line users in DKI Jakarta. KRL Commuter Line is the mainstay of transportation for DKI Jakarta residents. The population of this research is the KRL Commuter Line users in DKI Jakarta. The number of samples used is 100 respondents with purposive sampling method and distributing questionnaires through google form. The analysis technique uses descriptive and inferential analysis with SmartPLS 3.2.9 software. The results of R Square Adjusted for the consumer satisfaction variable are 0.734 or 73.4% and the consumer loyalty variable is 0.606 or 60.6%. The results of hypothesis testing are (1) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with a value of 0.859, (2) customer satisfaction has a positive and significant effect on consumer loyalty with a value of 0.505, (3) there is a positive and significant effect on service quality on consumer loyalty with value of 0.306, and (4) service quality through satisfaction has a positive and significant effect on consumer loyalty with a value of 0.434.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

Analisis Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi KRL Commuter Line Di DKI Jakarta

Oleh Farhan Atha Syarif

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pengguna KRL Commuter Line di DKI Jakarta. KRL Commuter Line merupakan transportasi andalan warga DKI Jakarta. Populasi penelitian ini adalah pengguna KRL Commuter Line di DKI Jakarta. Jumlah sampel yang dipakai adalah 100 responden dengan metode *purposive sampling* dan penyebaran kuesioner melalui *google form*. Teknik analisis menggunakan analisis deskriptif dan inferensial dengan *software SmartPLS 3.2.9*. Hasil *R Square Adjusted* untuk variabel kepuasan konsumen sebesar 0.734 atau 73,4% dan variabel loyalitas konsumen sebesar 0.606 atau 60,6%. Hasil uji hipotesis adalah (1) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai 0.859, (2) kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai 0.505, (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai 0.306, dan (4) kualitas layanan dengan melalui kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai 0.434.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen