

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE AND PRICE ON CUSTOMER LOYALTY

By Rachmat Hutomo Rambe

Abstract

This research is a quantitative study that aims to determine the effect of service quality, brand image and price on customer loyalty. The population in this study were online transportation users of Gojek and Grab motorcycles in Ciputat District. The sample size was taken as many as 100 respondents, with the method of probability sampling research that is simple random sampling. Data collection was taken using a questionnaire via Google Form. The data analysis technique used is descriptive analysis and inferential analysis with the analysis tool used is Partial Least Square (PLS). The results showed that (1) service quality had a positive and significant effect on customer loyalty with a path coefficient of 0.218. (2) Brand image has a positive and significant effect on customer loyalty with a path coefficient of 0.446. (3) The price has a positive and significant effect on customer loyalty with a path coefficient of 0.246.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Price and Customer Loyalty

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

Oleh Rachmat Hutomo Rambe

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, citra merek dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna transportasi *online* sepeda motor Gojek dan Grab di Kecamatan Ciputat. Ukuran sampel diambil sebanyak 100 responden, dengan metode penelitian probabilitas sampling yaitu *simple random sampling*. Pengumpulan data di ambil menggunakan kuesioner melalui google form. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial dengan alat analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,218 . (2) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,446. (3) Hargaberpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,246.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Citra Merek, Harga dan Loyalitas Pelanggan