

ABSTRACT

The Influence Of Service Quality And Perception Of Price On Customer Satisfaction In Increasing Customer Loyalty Users Of Internet-Based Traveloka Application
(Study on users of Traveloka application online in Lampung University)

By
Muhammad Hanif Farid

The purpose of this research is to know and explain the influence of service quality and perception of price on customer satisfaction in increasing customer loyalty users of internet-based traveloka application. This research was conducted on customers of Traveloka application in Lampung University with total sample 80 respondents, this research uses the technique of accidental sampling. This type of research is used explanatory and using structural analysis method (SEM) with software smartPLS 2.0 version. The result of research shows that : (1) service quality variable has significant effect to the customer satisfaction of users of Traveloka application. (2) perception of price variable has significant effect to the customer satisfaction of users of Traveloka application. (3) service quality variable has significant effect to the customer loyalty of users of Traveloka application. (4) perception of price variable has significant effect to the customer loyalty of users of Traveloka application, (5) service quality variables has significant effect to the customer loyalty of users of Traveloka application, and (6) perception of price variables has significant effect to the customer loyalty in increasing customer loyalty of users of Traveloka application.

Keyword: Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Perception of Price, Service Quality.

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI TRAVELOKA BERBASIS INTERNET

(Studi Pada Pengguna Aplikasi Online Traveloka Universitas Lampung)

Oleh:

Muhammad Hanif Farid

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, terhadap kepuasan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pengguna aplikasi Traveloka. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan pengguna aplikasi Traveloka di Universitas Lampung dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden, teknik sampel yang digunakan adalah teknik sampling aksidental. Tipe penelitian yang digunakan adalah eksplanatif dan menggunakan metode analisis struktural (*SEM*) dengan menggunakan *software SmartPLS* versi 2.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Traveloka, (2) variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Traveloka, (3) variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi Traveloka, (4) variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi Traveloka, (5) variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pengguna aplikasi Traveloka, dan (6) variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pengguna aplikasi Traveloka.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Persepsi Harga.