

ABSTRAK

MODEL PERSAMAAN STRUKTURAL DENGAN METODE ESTIMASI *MAXIMUM LIKELIHOOD* (Studi Kasus: Loyalitas Pelanggan Ojek *Online Grab* Pada Mahasiswa Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Lampung)

Oleh

ASIH KURNIASIH

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung serta pengaruh total antar variabel laten dalam model persamaan struktural pada loyalitas pelanggan pengguna ojek *online grab bike* di FMIPA Universitas Lampung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Maximum Likelihood* (ML). Model terdiri dari 3 variabel laten yaitu kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan serta 11 variabel indikator yaitu X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , Y_1 , Y_2 , Y_3 , Y_4 , Y_5 , Y_6 , dan Y_7 . Pengujian model dilakukan menggunakan uji kecocokan model. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa data yang dikumpulkan dengan model memiliki kecocokan yang baik dan diperoleh pengaruh langsung kualitas pelayanan ke loyalitas pelanggan sebesar 27% sedangkan pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebesar 36% serta pengaruh total kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 63%.

Kata kunci : Model Persamaan Struktural, *Maximum Likelihood*, Uji Kecocokan Model.

ABSTRACT

STRUCTURAL EQUATION MODELING BY USING MAXIMUM LIKELIHOOD ESTIMATION METHOD

(Case Study: Customer Loyalty of Online Grab for Students of Mathematics and
Natural Sciences of Lampung University)

By

ASIH KURNIASIH

The purpose of this study is to examine direct, indirect effect and the total effect between latent variables in structural equation modeling on the loyalty of customers grab bike at FMIPA of Lampung University using Maximum Likelihood method. In this study there are 3 latent variables consisting of service quality, customer satisfaction, customer loyalty and 11 indicator variables consisting X1, X2, X3, X4, Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, and Y7. The model is evaluated using Goodness Of Fit (GOF) test. The results of this study indicate that the data with the model has a good fit and the direct effect of service quality on customer loyalty is 27%, the indirect effect of service quality on customer loyalty through customer satisfaction is 36% and the total effect of service quality on customer loyalty is 63%.

Key words : Structural Equation Modeling, Maximum Likelihood, Goodness of Fit Test.