

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Bandar Lampung)

Oleh

HESLIN CHALISTA PUTRI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan yang di moderasi oleh *Customer Relationship Management* pada pelanggan Gojek di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan objek penelitiannya yaitu pelanggan Gojek di Bandar Lampung. Pengumpulan data dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner yang disebar pada 100 responden. Data dianalisis secara statistik deskriptif dan analisis PLS-SEM dengan menggunakan *software SmartPLS 3.0*. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji *outer model*, *inner model*, dan uji hipotesis pengaruh langsung dan tidak langsung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepercayaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *Customer Relationship Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang di moderasi oleh *Customer Relationship Management*, harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang di moderasi oleh *Customer Relationship Management*, kepercayaan berpengaruh negatif tetapi signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang di moderasi oleh *Customer Relationship Management*.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepercayaan, *Customer Relationship Management*, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE, AND TRUST ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT AS A MODERATING VARIABLE (Study on Gojek Customers in Bandar Lampung)

By

HESLIN CHALISTA PUTRI

This study aims to determine the effect of service quality, price, and trust on customer loyalty moderated by Customer Relationship Management on Gojek customers in Bandar Lampung. This study uses a quantitative approach which is analyzed using PLS-SEM with the research object being Gojek customers in Bandar Lampung. Data collection was carried out by distributing questionnaires distributed to 100 respondents. The data were analyzed descriptively statistically and PLS-SEM analysis using SmartPLS 3.0 software. The data analysis techniques used include outer model, inner model, and direct and indirect effect hypothesis testing. The results of this study indicate that service quality has a positive but insignificant effect on customer loyalty, price has a positive and significant effect on customer loyalty, trust has a positive but insignificant effect on customer loyalty, Customer Relationship Management has a positive and significant effect on customer loyalty, service quality has a positive but insignificant effect on customer loyalty moderated by Customer Relationship Management, price has a positive but insignificant effect on customer loyalty moderated by Customer Relationship Management, trust has a negative but significant effect on customer loyalty moderated by Customer Relationship Management.

Keywords: Service Quality, Price, Trust, Customer Relationship Management, Customer Loyalty