

ABSTRAK

Teknologi informasi dalam era modern saat ini tumbuh dengan pesat, perusahaan dituntut untuk memiliki hubungan yang baik dengan pelanggannya agar dapat bersaing dalam dunia bisnis, untuk itu hubungan pelanggan dengan perusahaan harus dapat dipertahankan yang nantinya memiliki dampak pada loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada jasa transportasi Grab. Penelitian ini menggunakan 119 pelanggan Grab di Kabupaten Wonosobo yang telah menggunakan jasa transportasi Grab minimal 3 kali dalam enam bulan terakhir, yang digunakan sebagai objek penelitian.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling dalam melakukan pengumpulan data. Dimana data yang diperoleh dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada 119 pelanggan Grab sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Teknik analisis dalam penelitian menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM) dengan program AMOS 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari enam hipotesis yang telah diajukan, seluruh hipotesis diterima. Hipotesis yang diterima dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: hipotesis 1 (terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan), hipotesis 2 (tidak terdapat pengaruh positif signifikan antara kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan), hipotesis 3 (terdapat pengaruh positif signifikan antara komitmen terhadap kepuasan pelanggan), hipotesis 4 (tidak terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan), hipotesis 5 (terdapat pengaruh positif signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan) dan hipotesis 6 (terdapat pengaruh positif signifikan antara komitmen terhadap loyalitas pelanggan) hipotesis 7 (tidak terdapat pengaruh positif signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan).

Kata kunci: Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Komitmen, Kepercayaan dan Kualitas Layanan.