

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan Alfamidi pengguna Aplikasi Midi Kriing di wilayah Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan persepsi harga, kualitas layanan, dan kepercayaan sebagai variabel bebas, loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat, dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Alfamidi sebagai pengguna Aplikasi Midi Kriing yang pernah berbelanja minimal dua kali dalam setahun terakhir dengan domisili pengguna di wilayah Jabodetabek dengan sampel pengguna Aplikasi Midi Kriing yang berusia minimal 18 tahun sebanyak 140 orang. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode SEM (Structural Equation Model) dan program AMOS 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, serta kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan