

ABSTRAK

Kualitas layanan merupakan aspek yang sangat penting untuk mempertahankan pelanggan yang di jangkau. Oleh karena itu, strategi pemasaran tanpa dukungan strategi layanan dapat muncul seolah-olah kinerja pemasarannya baik, tetapi kinerja perusahaan secara keseluruhan tidak menguntungkan. Terkait dengan hal tersebut maka penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisa pengaruh inovasi produk, kualitas pelayanan elektronik dan citra merk terhadap peningkatan kepuasan pelanggan pada PT. Shantika Bangun Perkasa. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat umum yang pernah menggunakan layanan jasa dan pembelian tiket armada bus PT. Shantika Bangun Perkasa.

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah model struktural bertingkat dan teknik analisis SEM (Structural Equation Modeling) yang dioperasikan melalui program AMOS digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan sehingga dalam penelitian ini telah menggunakan minimal 100 responden untuk dijadikan sebagai sampel pada penelitian.

Sehingga dari hasil penelitian dapat dinyatakan terdapatnya pengaruh yang positif dan signifikan antara inovasi produk dan citra merk, serta terdapat suatu pengaruh yang positif dan signifikan pada kualitas pelayanan elektronik dan citra merk serta adanya suatu pengaruh yang positif secara signifikan pada citra merk dalam kepuasan pelanggan, serta terdapat pengaruh simultan positif signifikan pada inovasi produk dan juga pada kualitas pelayanan elektronik dalam kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan Elektronik, Citra Merk dan Kepuasan Pelanggan