

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN HARGA
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN JASA TRANSPORTASI
(Studi Empiris Pada Pengguna Jasa Transportasi PO. Damai
Trans Klaten)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh :

DODY DHARMAWAN

B100140382

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN HARGA
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN JASA TRANSPORTASI
(Studi Empiris Pada Pengguna Jasa Transportasi PO. Damai
Trans Klaten)**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

DODY DHARMAWAN

B100140382

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



(Drs. Wiyadi, MM., Ph.D.)

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN HARGA DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN JASA TRANSPORTASI
(Studi Empiris Pada Pengguna Jasa Transportasi PO. Damai Trans Klaten)**

OLEH:

DODY DHARMAWAN

B100140382

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji




Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

pada hari Sabtu, 10 November 2018

dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan penguji:

1. **Prof. Dr. H.M. Wahyuddin, M.S.** ()
(Ketua Dewan Penguji)
2. **Drs. Wiyadi, MM.,Ph.D.** ()
(Sekretaris Dewan Penguji)
3. **Imron Rosyadi, S.E., M.Si.** ()
(Anggota Dewan Penguji)



Dr. Samsudin, MM)
NIK. 0017025701

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 10 November 2018

Penulis



DODY DHARMAWAN

B100140382

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN HARGA DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
JASA TRANSPORTASI
(Studi Empiris Pada Pengguna Jasa Transportasi PO. Damai Trans Klaten)**

Abstrak

Penelitian ini dilakukan pada Pelanggan Jasa Transportasi PO. Damai Trans Klaten. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi PO. Damai Trans Klaten. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa kuesioner terhadap 100 responden dengan teknik Accidental Sampling, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (0,260), harga (0,423) dan kepuasan pelanggan (0,302), semuanya berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Dari uji F diperoleh hasil kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan, semuanya berpengaruh signifikan (0,000) secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Dari uji t diperoleh hasil kualitas pelayanan (0,013), harga (0,000) dan kepuasan pelanggan (0,000), berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas

Abstrak

This research is conducted to customer of PO. Damai Trans Klaten. The aim from this research is to know the effect from service quality, price, and customer satisfaction toward the customer loyalty of PO. Damai Trans Klaten. In this research collected of data with questionnaire toward 100 respondents with purposive sampling technique. This is doing to know the perceptions from respondents about each variable. Data instrument test (Validity test, and reliability test), multiple linear regression analysis, classic assumption test (Normality test, Multicollinearity test, heteroskedasticity test), and hypothesis test (F test, t test, determination coefficient) will be used to analyze. From regression analysis, we know that service quality (0,260), price (0,423), and customer satisfaction (0,302) have the positive effect for the customer loyalty. From F test resulting service quality, price, and customer satisfaction, that mean all of three variables have simultaneous significance influential (0,000) toward the customer loyalty. From t test resulting service quality (0,013), price (0,000) and customer satisfaction (0,000), that mean all variables have significance influential toward customer loyalty

Keywords: service quality, price, customer satisfaction, loyalty

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan semakin ketatnya perkembangan di dunia bisnis saat ini, maka semakin sulit perusahaan menjaga kesetiaan para pelanggannya. Perkembangan bisnis transportasi terutama pada pelayanan jasa bus pariwisata pada saat ini semakin meningkat dikarenakan semakin banyaknya pesaing yang muncul dengan berbagai jenis pelayanan jasa transportasi yang sama dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan.

Menurut Ardiansyah (2007:45), persaingan bisnis sesungguhnya adalah di mana layaknya seperti arena pertandingan. Perusahaan yang ingin usahanya semakin berkembang dan mendapatkan keunggulan dengan kompetitor lain harus bisa memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan, sehingga akan muncul kepuasan dari dalam benak konsumen dan yang diharapkan konsumen bisa membawa dampak yang baik bagi perusahaan otobus .

Menurut Kotler dan Amstrong (2001) kualitas adalah jaminan terbaik atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat perusahaan dalam menghadapi persaingan, dan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan. Perusahaan jasa transportasi berharap agar loyalitas dari para konsumen tinggi karena semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang semakin meningkat, dan konsumen yang loyal tersebut akan menggunakan jasa transportasi perusahaan secara berulang.

Selain itu, konsumen yang memiliki tingkat loyalitas yang tinggi maka mereka akan merekomendasikan jasa transportasi tersebut kepada orang lain tanpa harus disuruh oleh perusahaan penyedia jasa layanan bus pariwisata dan mengajak konsumen lain untuk menggunakan jasa transportasi tersebut.

Konsumen yang mempunyai tingkat loyalitas tinggi juga akan merekomendasikan PO. Damai Trans sebagai alternatif pilihan utama jenis transportasi bus pariwisata yang bisa digunakan oleh orang lain dan mengajaknya untuk menjadi pelanggan. Tetapi pada kenyataannya loyalitas kepada PO. Damai Trans masih rendah karena kualitas pelayanan yang diberikan masih buruk dengan harga yang masih kurang bersaing dengan harga perusahaan otobus lainnya.

Pembenahan perlu dilakukan agar tingkat loyalitas konsumen semakin tinggi. Manfaat yang didapatkan perusahaan dengan tingginya loyalitas konsumen juga menjadi faktor yang penting. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan dalam Menggunakan jasa transportasi (studi empiris pada pengguna jasa transportasi PO. Damai Trans Klaten).

2. METODE

Penelitian ini tergolong dalam penelitian survei. Menurut Sugiyono (2011) metode penelitian survei dipakai untuk memperoleh data dari suatu tempat tertentu yang bersifat alamiah. Dalam mengumpulkan data peneliti membagikan kuesioner kepada para responden. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2009), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Data yang diperlukan dalam penelitian ini berupa data primer. Data primer adalah data yang secara langsung diambil dari objek penelitian. Sumber data pada penelitian ini berasal dari responden yang dijadikan sampel penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner.

Metode Analisa data dalam penelitian ini adalah Uji Kualitas data (Uji Validitas dan Reabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas), Uji Analisa Regresi Berganda Untuk Menentukan Hipotesis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Statistik Deskriptif

Tabel 1 Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Kategori
Kualitas Layanan	100	8,00	19,00	15,85	Tinggi
Harga	100	5,00	19,00	14,62	Tinggi
Kepuasan Pelanggan	100	4,00	15,00	12,15	Tinggi

Loyalitas Pelanggan	100	8,00	19,00	15,92	Tinggi
Valid N (listwise)	100				

Sumber: data primer diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa hasil analisis deskriptif dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Variabel Loyalitas Pelanggan memiliki nilai rata-rata sebesar 15,92. Loyalitas Pelanggan memiliki nilai maximum sebesar 19,00, dan nilai minimum sebesar 8,00. Termasuk kedalam Kategori Tinggi karena nilai Rata-rata diatas 10.

Variabel Kualitas Layanan memiliki nilai rata-rata sebesar 15,85. Kualitas Layanan memiliki nilai maximum sebesar 19,00, dan nilai minimum sebesar 8,00. Termasuk kedalam Kategori Tinggi karena nilai Rata-rata diatas 10.

Variabel. Harga memiliki nilai rata-rata sebesar 14,62. Harga memiliki nilai maximum sebesar 19,00 dan nilai minimum sebesar 5,00. Termasuk kedalam Kategori Tinggi karena nilai Rata-rata diatas 10.\

Variabel Kepuasan Pelanggan memiliki nilai rata-rata sebesar 12,15,. Kepuasan Pelanggan memiliki nilai maximum sebesar 15,00, dan nilai minimum sebesar 4,00. Termasuk kedalam Kategori Tinggi karena nilai Rata-rata diatas 10.

3.2 Pengujian Data

3.2.1 Hasil Uji Validitas

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

No	Variabel / Indikator	Korelasi	r _{tabel}	Keterangan
Kualitas Layanan				
1			0,197	Valid
	KU1	0,727		
2	KU2	0,678	0,197	Valid
3	KU3	0,710	0,197	Valid
4	KU4	0,741	0,197	Valid
Harga				
1			0,197	Valid
	HA1	0,928		
2	HA2	0,730	0,197	Valid
3	HA3	0,827	0,197	Valid
4	HA4	0,480	0,197	Valid
Kepuasan Pelanggan				
1			0,197	Valid
	KP1	0,805		

2	KP2	0,681	0,197	Valid
3	KP3	0,918	0,197	Valid
Loyalitas Pelanggan				
1			0,197	Valid
	LP1	0,696		
2	LP2	0,795	0,197	Valid
3	LP3	0,816	0,197	Valid
4	LP4	0,771	0,197	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa setiap instrumen pertanyaan Kualitas Layanan, Harga Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan yang digunakan memiliki nilai r_{hitung} pada item pertanyaan lebih besar dari pada r_{tabel} sehingga instrumen pertanyaan Kualitas Layanan, Harga Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan dapat dinyatakan valid, karena nilai r_{hitung} lebih besar dari 0,197. Oleh karena itu setiap butir pertanyaan sudah memenuhi syarat digunakan sebagai instrumen pertanyaan.

3.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 3 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Layanan	0,678	0,600	Reliabel
Harga	0,748	0,600	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,729	0,600	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,769	0,600	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Hasil uji reliabilitas pada tabel 3 diatas menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} instrumen variabel Kualitas Layanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan diatas 0,600. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan pernyataan yang digunakan dalam instrumen variabel Kualitas Layanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan adalah reliabel atau handal untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

3.3 Uji Asumsi Klasik

3.3.1 Uji Normalitas

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas Data

	Kolmogorov-Smirnov	<i>p</i> -value	Keterangan
Unstandardized Residual	0,902	0,391	Data terdistribusi Normal

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4 diatas diketahui bahwa kolmogorov smirnov adalah 0,902 dengan probabilitas (*p*) 0,391. Perbandingan antara probabilitas dengan taraf signifikansi 5% nilai hitung probabilitas adalah 0,391 sehingga dapat dinyatakan bahwa data pada model regresi terdistribusi normal.

3.3.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	Keterangan
Kualitas Layanan	0,540	1,853	Tidak terjadi multikolinieritas
Harga	0,623	1,606	Tidak terjadi multikolinieritas
Kepuasan Pelanggan	0,610	1,640	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 6 menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai *VIF* yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai *tolerance* semua variabel berada diatas 0,10. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, yang berarti bahwa semua variabel tersebut dapat digunakan sebagai variabel yang saling independen.

3.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	<i>Sig.</i>	Keterangan
Kualitas Layanan	0,928	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Harga	0,568	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kepuasan Pelanggan	0,906	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 7 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai signifikansinya (*p value*) > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa

semua variabel Kualitas Layanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

3.4 Uji Hipotesis

3.4.1 Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Sig.
(Constant)	1,943	1,548	0,125
Kualitas Layanan	0,260	2,529	0,013
Harga	0,423	5,472	0,000
Kepuasan Pelanggan	0,302	3,014	0,003
R square	0,602		
Ajusted R square	0,590		
F hitung	48,457		

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 7 yaitu merupakan hasil regresi berganda dapat dibuatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$LP = 1,943 + 0,260KU + \beta 0,423HA + 0,302KP + \varepsilon \quad (1)$$

Interpretasi dari masing-masing koefisien variabel adalah sebagai berikut:

Nilai koefisien variabel Kualitas Layanan menunjukkan koefisien Positif dengan demikian dapat diketahui bahwa jika nilai Persepsi konsumen terhadap Kualitas Layanan mengalami kenaikan maka nilai Loyalitas Pelanggan juga akan mengalami peningkatan.

Nilai koefisien Variabel Harga menunjukkan koefisien Positif dengan demikian dapat diketahui bahwa jika nilai Persepsi konsumen terhadap Harga mengalami kenaikan maka nilai Loyalitas Pelanggan juga akan mengalami peningkatan.

Nilai koefisien variabel Kepuasan Pelanggan menunjukkan koefisien Positif dengan demikian dapat diketahui bahwa jika nilai Persepsi Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan mengalami kenaikan maka nilai Loyalitas Pelanggan juga akan mengalami peningkatan.

3.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil perhitungan untuk nilai R^2 diperoleh dalam analisis regresi berganda diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,602. Hal ini berarti bahwa 60,2% variasi variabel Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh Variabel Kualitas Layanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan sedangkan sisanya sebesar 39,8% dapat dijelaskan variabel lain diluar model.

3.4.3 Uji F

Hasil uji statistik dari distribusi maka hasil $F_{hitung} (48,457) > F_{tabel} (2,70)$. Hasil pengujian dapat dilihat juga signifikansi sebesar $(0,000) < 0,05$. Maka disimpulkan Variabel Kualitas Layanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh secara bersama-sama dan secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna jasa Transportasi. Dengan ini menunjukkan model penelitian yang digunakan dinyatakan tepat.

3.4.4 Uji t

Tabel 8 Hasil Analisis Uji t

Variabel	t-hitung	t-tabel	Sig.	Kesimpulan
Kualitas Layanan	2,529	1,985	0,013	Diterima
Harga	5,472	1,985	0,000	Diterima
Kepuasan Pelanggan	3,014	1,985	0,003	Diterima

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil tabel 8 dapat diketahui hasil uji t untuk variabel Kualitas Layanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan:

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil analisis Uji t variabel Kualitas Layanan menunjukkan nilai sig sebesar 0,013 Kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} 2,529 > t_{tabel} 1,985$, maka **H₁ Diterima** yang Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kualitas Pelayanan merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk diperhatikan untuk menjaga eksistensi dan untuk meraih pangsa pasar di tengah persaingan perusahaan jasa transportasi yang semakin ketat. Oleh karena itu sebuah perusahaan jasa transportasi harus mempunyai program pelayanan untuk mempertahankan kualitas layanan agar tetap dipercaya oleh para pengguna jasa.

Dari hasil survey penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa PO. Damai Trans Klaten sudah memberikan kualitas pelayanan yang cukup baik untuk mendapat kepercayaan dari para pelanggannya, sehingga hasil penelitian ini sejalan dengan Teori yang menyatakan Bahwa Kualitas Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Sinaga (2011), dan Qomariah (2012) yang menyatakan ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu Kualitas Layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil analisis Uji t variabel Harga menunjukkan nilai sig sebesar 0,000 lebih Kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} 5,472 > t_{tabel} 1,985$, maka **H₂ Diterima** yang artinya Harga Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

Harga merupakan aspek lain yang menjadi pertimbangan konsumen ketika konsumen membeli jasa. Seberapa baik harga yang ditawarkan yang akan menjadi pilihan yang sesuai dengan kebutuhan. Analisis harga tentu saja menjadi faktor yang lebih dominan, biasanya pembeli lebih memilih harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan. Dari hasil Penelitian ini PO. Damai Trans Klaten telah memenuhi standar dan kualitas yang diberikan pada pelanggan sesuai dengan harga yang ditetapkan untuk menerima pelayanan dari pihak PO. Damai Trans Klaten sehingga hal ini dapat meningkatkan loyalitas pengguna jasa PO. Damai Trans Klaten, oleh karena itu penelitian ini sejalan dengan Teori yang Menyatakan Bahwa Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Widyaningtyas (2011) dan Jati (2011), yang menyatakan ada pengaruh Harga terhadap loyalitas pelanggan dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil analisis Uji t variabel Kepuasan Pelanggan menunjukkan nilai sig sebesar 0,003 lebih Kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} 3,014 > t_{tabel} 1,985$, hasil koefisien regresi bertanda positif maka **H₃ Diterima** yang artinya Kepuasan Pelanggan Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kepuasan Pelanggan menjadi salah satu prioritas utama yang akan sangat diperhatikan oleh perusahaan jasa termasuk jasa transportasi, oleh karena itu setiap perusahaan jasa akan melakukan apa saja agar setiap pelanggannya merasakan kepuasan ketika menggunakan jasanya, begitu pula yang dilakukan oleh PO. Damai Trans Klaten, dari survey yang telah dilakukan dapat ditemukan bahwa para pelanggan merasa puas akan pelayanan dan fasilitas yang di berikan oleh PO. Damai Trans Klaten, oleh sebab itu penelitian ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Sinaga (2011), dan Qomariah (2012), yang menyatakan ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

4. PENUTUP

Ada pengaruh Kualitas Layanan yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi PO. Damai Trans Klaten. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (2,529) > t_{tabel} (1,985)$ atau nilai signifikansi $0,013 < \alpha = 0,05$. Jadi hipotesis Pertama yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi PO. Damai Trans Klaten terbukti kebenarannya.

Ada pengaruh Harga yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi PO. Damai Trans Klaten. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (5,472) > t_{tabel} (1,985)$ atau nilai signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$. Jadi hipotesis Kedua yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi PO. Damai Trans Klaten terbukti kebenarannya.

Ada Pengaruh Kepuasan Pelanggan yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi PO. Damai Trans Klaten. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (3,014) > t_{tabel} (1,985)$ atau nilai signifikansi $0,003 < \alpha = 0,05$. Jadi hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi PO. Damai Trans Klaten terbukti kebenarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Fardhani dkk. 2014. Analisis Pengaruh Harga ,Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Dryana Bakery Semarang. Diss. Universitas Diponegoro. Vol.21, No. 30.
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiyansah, 2011 Kualitas Pelayanan Publik : Konsep, Dimensi , Indikator dan Implementasinya. Yogyakarta: Gava Media.
- David Harianto dan Hartono Subagio, 2013, Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, *Brand Image*, dan Atmosphere terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Konsumen Kedai Deja-vu Surabaya.
- Kotler, P., K L Keller, dan G. Armstrong. 2009. *Marketing Management : Analysis, Planing, Implementation and Control university*. Millenium Edition. Prentice Hall International, Inc. New Jersey.
- Kotler, P dan G. Armstrong. 2007, Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Kesembilan. Jilid I.Penerbit PT. Indeks Kel. Gramedia. Jakarta.
- Mahmud, Amir, Kamaruzaman ans dan St Hadijah. *The Effect of Service Quality and Price on Satisfaction and Loyalty of Customer of Commercial Flight Service Industry Wolrd Apllied Sciences Journal 23 (3): 354-359, 2013 ISSN 1919-4952.*
- Mowen. J, dan M. Minor. 2007. *Analisa Perilaku Konsumen dengan Manajemen Pemasaran modern*. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Bayumedia Publishing. Malang.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian PendidikanPendektan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2009. *Statistik Multivariate Metode Penelitian Bisnis data Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Teknik Mixed Methods Program IBM SPSS 20.0)*. Edisi Keempat. Liberty. Yogyakarta.
- Swasta, B., Handoko dan Irawan. 2007. Analisis Pengaruh konservatisme laporan *Pemasaran mengolah Bengkel Motor Ajisaka Kudus Profesional*. Edisi Kedelapan.
- Tjiptono, F. 2009. *Business Ethics After Enron Self-Esteem and outcomes fairness: Tips Prinsip Analisis, Perencanaan, Implementasi dan kontrol*. Edisi Kesebelas. Cetakan Kedua. CV Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono Fandy. 2011, *Pemasaran Jasa*, Bayu Media Publishing, Sleman