**ABSTRAK**

Prisca Edelwise Eukaristia/24150163/ 2019/ Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen serta dampaknya pada Loyalitas Konsumen KRL rute Jakarta-Bogor / Pembimbing: Dr. Tony Sitinjak, M.M.

Seiring bertambahnya jumlah penduduk, membuat mobilitas di beberapa kota semakin tinggi. Salah satu sektor jasa yang memiliki peranan yang cukup vital dalam menunjang mobilitas adalah sektor jasa transportasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendapat gambaran mengenai pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya pada loyalitas konsumen KRL rute Jakarta-Bogor.

Teori yang mendasari penelitian ini adalah teori kualitas layanan, harga, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Kualitas layanan didefinisikan sebagai karakteristik produk atau jasa yang menanggung pada kemampuanya untuk memuaskan kebutuhan untuk dapat memenuhi atau melebihi harapandan harga merupakan sejumlah nilai yang ditukaran oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau penggunaan atas sebuah jasa atau produk. Kemudian kepuasan konsumen didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa dari perbandiangan antara penggunaan jasa atau produk terhadap ekspektasi. Sedangkan Loyalitas konsumen merupakan komitmen yang dipegang untuk membeli atau menggunakan kembali produk atau jasa.

Dalam penelitian ini data dikumpulkan menggunakan *communication study*, yaitu dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui media sosial terhadap 150 orang responden yang pernah menggunakan jasa KRL rute Jakarta-Bogor. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*, yaitu pengambilan sampel secara tidak acak. Pendekatan yang digunakan adalah teknik sampel kemudahan *convenience sampling.* Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian atau yang dikenal juga sebagai *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian yang diperoleh peneliti menunjukkan bahwa (1) kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, (2) harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, dan (3) kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Jasa, Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.