

## ABSTRAK

**Jessica Amelia Rachman, 2011070**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA JASA ANGKUTAN PENYEBERANGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**Skripsi: Program Studi Administrasi Bisnis, 2024**

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Loyalitas Pengguna Jasa Angkutan Penyeberangan, Kepuasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Kualitas Pelayanan dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan, (2) pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan, (3) pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pengguna jasa angkutan penyeberangan, (4) pengaruh harga terhadap loyalitas pengguna jasa angkutan penyeberangan, (5) pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pengguna jasa angkutan penyeberangan, (6) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna jasa angkutan penyeberangan yang dimediasi kepuasan, (7) pengaruh harga terhadap loyalitas pengguna jasa angkutan penyeberangan yang dimediasi kepuasan.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian survei. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa yang melakukan pembelian jasa penyeberangan jarak jauh (*Long Distance Ferry*) PT Jembatan Nusantara lintas Balikpapan dan Pare-pare. Teknik pengambilan sampel digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* sebanyak 96 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarluaskan secara online dan telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian adalah analisis jalur (*path*) dengan bantuan regresi linier berganda dan uji T.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas pelayanan terhadap kepuasan memiliki hasil yang positif yaitu sebesar 0,345. Uji t statistik sebesar  $3,031 > 1,96$  sehingga dikatakan berpengaruh signifikan; (2) harga terhadap kepuasan memiliki hasil positif sebesar 0,473 dan signifikan dengan hasil  $4,247 > 1,96$ ; (3) kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna jasa memiliki hasil positif sebesar 0,291 dan signifikan dengan hasil  $1,999 > 1,96$ ; (4) harga terhadap loyalitas pengguna jasa memiliki hasil positif sebesar 0,015 dan tidak signifikan dengan hasil  $0,126 < 1,96$ ; (5) kepuasan terhadap loyalitas pengguna jasa memiliki hasil positif sebesar 0,373 dan signifikan dengan hasil  $3,059 > 1,96$ ; (6) kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna jasa melalui kepuasan memiliki hasil positif 0,129 dan signifikan dengan hasil  $1,989 > 1,96$ ; (7) harga terhadap loyalitas pengguna jasa melalui kepuasan memiliki hasil positif 0,177 dan signifikan dengan hasil  $2,374 > 1,96$ .