

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Survei Pada Pelanggan GrabBike di Daerah Istimewa Yogyakarta)

Anggita Ayu Wibowo

NIM. 141220001

Email : anggitawibowo77@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi (survei pada pelanggan GrabBike di D.I Yogyakarta). Data pada penelitian ini diambil dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kuesioner. Data yang digunakan adalah data primer dari jawaban responden sebanyak 110 pelanggan GrabBike di D.I Yogyakarta dengan Teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan. Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, namun berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan serta memediasi pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki peran penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada layanan transportasi online.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, GrabBike.

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PROMOTION ON CUSTOMER
LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATING
VARIABLE***

(Survey of GrabBike Customers in the Special Region of Yogyakarta)

Anggita Ayu Wibowo

NIM. 141220001

Email : anggitawibowo77@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality and promotion on customer loyalty with customer satisfaction as a mediating variable among GrabBike customers in the Special Region of Yogyakarta. This research used a quantitative approach with a survey method through questionnaire distribution. The data were primary data obtained from 110 GrabBike customers in the Special Region of Yogyakarta selected using purposive sampling. Data analysis was conducted using the Partial Least Square (PLS) method with SmartPLS 4.0 software. The results indicate that service quality has a significant effect on customer loyalty and customer satisfaction. Promotion does not significantly affect customer loyalty but significantly affects customer satisfaction. Customer satisfaction significantly influences customer loyalty and mediates the relationship between service quality and promotion on customer loyalty. These findings highlight the important role of customer satisfaction in strengthening customer loyalty in online transportation services.

Keywords : Service quality, Promotion, Customer Satisfaction, Customer loyalty, GrabBike.