

ABSTRAK

Sektor transportasi saat ini memegang peranan penting karena mobilitas masyarakat yang sangat tinggi dan cenderung memiliki sifat dinamis. ditambah lagi perkembangan teknologi dan pengetahuan, pendapatan, diversifikasi pekerjaan dan berbagai macam kepentingan masyarakat, yang mengakibatkan meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap aneka ragam jasa seperti kebutuhan akan sarana angkutan. Banyaknya mode transportasi yang beredar di masyarakat membuat masyarakat menjadi selektif dalam memilih transportasi umum yang sesuai dengan kebutuhannya. saat ini tingkat persaingannya semakin meningkat dimana Kereta Api Lodaya menjadi salah satu moda transportasi yang diminati oleh pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini yang pertama adalah untuk mengetahui orientasi pasar, nilai pelanggan, kepercayaan pelanggan pada Kereta Api Lodaya, yang kedua untuk mengetahui besarnya pengaruh orientasi pasar terhadap nilai pelanggan pada Kereta Api Lodaya, dan yang terakhir untuk mengetahui besarnya pengaruh nilai pelanggan terhadap kepercayaan pelanggan pada Kereta Api Lodaya

Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis jalur (*Path Analysis*) yang sebelumnya diuji dengan asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedestisitas, uji-t, koefisien determinasi.

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang melibatkan 100 pengguna jasa transportasi Kereta Api Lodaya sebagai responden, dengan pengambilan sampel menggunakan teknik Incidental sampling.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara deskriptif penelitian ini menjelaskan variabel Orientasi Pasar pada Kereta Api Lodaya termasuk kedalam kategori cukup baik. Sedangkan variabel Nilai Pelanggan pada Kereta Api Lodaya secara deskriptif dalam penelitian ini termasuk kedalam kategori baik. Dan yang terakhir pada variabel Kepercayaan Pelanggan pada Kereta Api Lodaya secara deskriptif termasuk kedalam kategori baik. variabel orientasi pasar terhadap variabel nilai pelanggan Kereta Api Lodaya berpengaruh sebesar 77,9% sedangkan sisanya 22,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dan variabel nilai pelanggan terhadap variabel kepercayaan pelanggan Kereta Api Lodaya berpengaruh sebesar 44,4%. Dan sisanya sebesar 55,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Orientasi Pasar, Nilai Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Analisis Jalur.