

ABSTRAK

Industri transportasi yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk mampu menghadapi tantangan persaingan yang semakin kompleks. Sebagai salah satu merek di industri shuttle, perusahaan menghadapi berbagai permasalahan, seperti keterlambatan keberangkatan, kenyamanan fasilitas, serta perbandingan harga dengan pesaing. Keluhan pelanggan terhadap layanan yang tidak selalu memenuhi harapan menunjukkan bahwa loyalitas mereka dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan, harga yang ditawarkan, serta tingkat kepuasan yang mereka rasakan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening, pada PT Bhinneka Sangkuriang Transport di Kota Bandung. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dengan analisis data dilakukan melalui perangkat lunak SmartPLS 4 guna menguji pengaruh antar variabel. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dalam format Google Form kepada 230 responden yang telah menggunakan layanan shuttle dalam enam bulan terakhir

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas layanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, serta mampu memediasi hubungan antara kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga berkontribusi positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Meskipun demikian, aspek ketepatan jadwal keberangkatan dan kenyamanan fasilitas pada PT Bhinneka Sangkuriang Transport di Kota Bandung masih perlu ditingkatkan untuk mempertahankan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

Kata kunci: Kualitas layanan, harga, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.