

PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* PADA GO-JEK DI KOTA BUKITTINGGI

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

KAMPUS II PAYAKUMBUH

FEBRUARI 2019

	No. Alumni Universitas	SYUKRA RAHMA DHILLA	No. Alumni Fakultas
	a). Tempat / tanggal lahir: Bukittinggi/ 17 Februari, 1996 b). Nama Orang Tua: Darmansyah dan Asrida c). Fakultas: Ekonomi, d). Jurusan: Manajemen, e). No. BP: 1510551031, f). Tanggal Lulus: 10 Januari 2019, g). Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h). IPK: 3,39 i). Lama Studi: 3 tahun 5 bulan, j). Alamat Orang Tua: Jl. Nj. Dt. Mangkuto Ameh, Kel. Koto Selayan, Kec. Mandiangin Koto Selayan, Kota Bukittinggi		

Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* yang dimediasi oleh *Customer Perceived Value* pada Go-Jek di Kota Bukittinggi

Skripsi oleh : Syukra Rahma Dhilla

Pembimbing : Jauharry, S., MM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Perceived Value*, pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Loyalty*, pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* dan pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Service Quality* dan *Customer Loyalty* pada Go-jek di Kota Bukittinggi. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan metode kuantitatif, dan tipe investigasi kausalitas. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Data primer didapatkan dari menyebarkan 186 kuisioner kepada responden. Analisis data dengan Analisis *Structural Equation Modeling* dan diolah dengan menggunakan software smartPLS versi 2.0 M3. Hasil dari penelitian ini menerangkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan *Service Quality* terhadap *Customer Perceived Value*, adanya pengaruh positif dan signifikan *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Loyalty*, adanya pengaruh positif dan signifikan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* serta adanya pengaruh *Customer Perceived Value* yang memediasi *Service Quality* dan *Customer Loyalty* pada Go-jek di kota bukittinggi.

Kata Kunci : *Service Quality, Customer Perceived Value dan Customer Loyalty.*

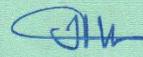
Skripsi ini telah dipertahankan didepan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 10 Januari 2019. Abstrak telah disetujui oleh Penguji dan Pembimbing:

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Jauharry, SE., MM NIP:197806022009121001	Winny Alna Marlina, ST., MM NIP:198803242018032001	Faisal Ali Ahmad, SP,M.Si NIP:197905132006041014

Mengetahui,

Koordinator

FEUA II Payakumbuh : **Lukman, S.E., M.Si**
NIP: 196411231993031003



Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftarkan ke Fakultas/Universitas dan mendapat nomor alumnus :

		Petugas Fakultas / Universitas	
No. Alumni Fakultas :		Nama :	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas		Nama :	Tanda Tangan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Perceived Value*, pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Loyalty*, pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* dan pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Service Quality* dan *Customer Loyalty* pada Go-jek di Kota Bukittinggi. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan metode kuantitatif, dan tipe investigasi kausalitas. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Data primer didapatkan dari menyebarkan 186 kuisioner kepada responden. Analisis data dengan Analisis *Structural Equation Modeling* dan diolah dengan menggunakan software smartPLS versi 2.0 M3.

Hasil dari penelitian ini menerangkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan *Service Quality* terhadap *Customer Perceived Value*, adanya pengaruh positif dan signifikan *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Loyalty*, adanya pengaruh positif dan signifikan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* serta adanya pengaruh *Customer Perceived Value* yang memediasi *Service Quality* dan *Customer Loyalty* pada Go-jek di Kota Bukittinggi.

Kata Kunci : *Service Quality, Customer Perceived Value dan Customer Loyalty.*

