

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING UNTUK PENUMPANG KERETA API SIBINUANG**

¹Haris, ²Linda Wati, ³Purbo Jadmiko

¹Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta

²Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta

E-mail : Harisberkah55@gmail.com, L11nda@yahoo.com,

Purbojadmiko@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas penumpang penumpang kereta api sibinuang dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan metode analisis regresi linear bertingkat.

Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening.

Kata kunci : loyalitas, kepuasan, kualitas pelayanan

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CONSUMER LOYALTY
WITH SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLES
FOR SIBINUANG RAIL PASSENGER**

¹Haris, ²Linda Wati, ³Purbo Jadmiko

¹Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta

²Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta

E-mail : Harisberkah55@gmail.com, L11nda@yahoo.com,

Purbojadmiko@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of service quality on passenger loyalty of Sibinuang train passengers with satisfaction as an intervening variable. The sampling technique uses purposive sampling with the number of respondents as many as 100 people. The type of data used is primary data with stratified linear regression analysis method.

The results found that service quality had no positive and significant effect on loyalty, service quality had no positive and significant effect on satisfaction, satisfaction had a positive and significant effect on loyalty, service quality had no positive and significant effect on loyalty with satisfaction as an intervening variable.

Keywords: loyalty, satisfaction, service quality