

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap loyalitas konsumen transportasi online GrabBike di Kota Yogyakarta secara parsial, simultan, dan variabel yang paling berpengaruh pada GrabBike di Kota Yogyakarta.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan layanan GrabBike di Kota Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dengan bentuk *google form* yang disebarkan kepada 97 responden yang sudah pernah menggunakan layanan GrabBike dan berdomisili di Kota Yogyakarta.

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah *Statistical Package for the Social Sciences* menggunakan aplikasi *SPSS 26*. Hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa: 1) Inovasi Kualitas Pelayanan memiliki hasil berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen GrabBike di Kota Yogyakarta, 2) Harga memiliki hasil berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, 3) Promosi memiliki hasil berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Secara simultan, inovasi kualitas pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Variabel yang paling dominan mempengaruhi adalah kualitas pelayanan.

Kata kunci : Inovasi, Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of service quality innovation, price, and promotion on the loyalty of GrabBike online transportation consumers in Yogyakarta City partially, simultaneously, and the variables that have the most influence on GrabBike in Yogyakarta City.

The population in this study is all consumers who have used the GrabBike service in Yogyakarta City. The sampling technique uses non-probability sampling techniques with purposive sampling. The data was obtained by distributing a questionnaire in the form of a google form which was distributed to 97 respondents who had used the GrabBike service and were domiciled in the city of Yogyakarta.

The data analysis technique in this study is the Statistical Package for the Social Sciences using the SPSS 26 application. The results of the hypothesis test partially show that: 1) Service Quality Innovation has a significant effect on GrabBike consumer loyalty in Yogyakarta City, 2) Price has a significant effect on consumer loyalty, 3) Promotion has a significant effect on consumer loyalty. Simultaneously, innovations in service quality, price, and promotion have a significant effect on consumer loyalty. The most dominant variable affecting is the quality of service.

Keywords: *Innovation, Service Quality, Price, Promotion, Consumer Loyalty*