

ABSTRAK

Persaingan *mobile payment* di Indonesia saat ini meningkat dengan pesat. *Mobile payment* dituntut untuk menciptakan kepuasan dengan memberikan layanan yang unggul dan memberikan promo yang efektif yang pada akhirnya akan menciptakan loyalitas sebagai kunci sukses dari suatu bisnis. Link Aja sebagai salah satu *mobile payment* juga tidak bisa lepas dari ancaman persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan, promosi, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 200 responden pengguna Link Aja *mobile payment* di wilayah Jabodetabek. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui pengujian statistik. Pengujian dilakukan dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *Analysis of Moment Structures 24* (AMOS 24). Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas layanan dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan kualitas layanan dan promosi tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: kualitas layanan, promosi, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

Mobile payment competition in Indonesia is increasing rapidly. Mobile payments are required to create customer satisfaction from establish service excellent and effective promotion that will ultimately create loyalty customers as a key to the business success. Link Aja as mobile payment also can not escape from the threats of competitions. This study purpose to influence service quality, promotion, customer satisfaction, and customer loyalty. The data used in research is primary data obtained from online questionnaires. Sample in this study were 200 respondents Link Aja mobile payment users in the Greater Jakarta area. The sampling technique of this study was non-probability sampling with purposive sampling method. This study uses a quantitative approach through statistical analysis. Test conducted usingK Structural Equation Modelling (SEM) with the help of Analysis of Moment Structures 24 (AMOS 24). This result shows that service quality and promotion have a positive and significant effect toward customer satisfaction, customer satisfaction has a positive and significant effect toward customer loyalty, service quality and promotion both have no direct effect toward customer loyalty.

Keywords: *service quality, promotion, customer satisfaction, and customer loyalty.*