

ABSTRACT

This research aimed at finding how much the influence of price fairness, customer satisfaction, loyalty and price acceptance, towards intention to online transaction. The sample collecting method conducted in this research was nonprobability sampling, and the nonprobability sampling used was purposive sampling. The respondents in the study were 110 users/consumers PT.KAI in Yogyakarta. This research also used Structural Equation Modelling (SEM) conducted through AMOS 21.0 program as the analysis tool.

The result of the research showed that price fairness had positive and significant influence towards the customer satisfaction, customer satisfaction had positive and significant influence towards loyalty, price fairness had positive and significant influence towards intention to loyalty, customer satisfaction had positive and not significant influence towards price acceptance, and loyalty had positive and significant influence towards price acceptance.

Keywords: price fairness, customer satisfaction, loyalty, and price acceptance

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepatasan harga, kepuasan pelanggan, loyalitas dan harga yang dapat diterima. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, dan *nonprobability sampling* yang digunakannya adalah *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini sebanyak 110 orang pengguna/konsumen jasa PT.KAI di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dijalankan melalui program AMOS 21 sebagai alat analisisnya.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kepatasan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, kepatasan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap harga yang dapat diterima, loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga yang dapat diterima.

Kata Kunci: kepatasan harga, kepuasan pelanggan, loyalitas dan harga yang dapat diterima.