

**PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT DAN KEPERCAYAAN  
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI  
KEPUASAN PADA JASA TRANSPORTASI ONLINE MAXIM BANDAR  
LAMPUNG**

Yoga Prasetyo Aji

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi berbasis internet saat ini sangat berkembang pesat di seluruh dunia. Salah satu dampak dari perkembangan teknologi yaitu hadirnya jasa transportasi online Maxim. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi masyarakat dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan pada jasa transportasi Maxim di Bandar Lampung. Metode yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 180 responden yang menggunakan jasa layanan transportasi online Maxim. Teknik analisa data menggunakan uji SEM - PLS yang berguna untuk memberikan fakta dan data. Hasil dari penelitian yaitu, Persepsi masyarakat tidak berpengaruh terhadap Loyalitas, Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen, Persepsi masyarakat tidak berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen melalui Kepuasan, Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen melalui Kepuasan. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen melalui Kepuasan pada jasa layanan transportasi online Maxim Bandar Lampung.

Kata kunci : Persepsi,Kepercayaan, Kepuasan, Loyalitas.