

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perbedaan pendapat pelanggan mengenai kualitas dari website GOS itu sendiri. Faktanya bahwa GOS bertujuan untuk memberi fasilitas terhadap pelanggan untuk lebih mudah membeli tiket pesawat Garuda Indonesia, GOS website mudah digunakan terutama untuk orang yang belum mengerti dengan saluran distribusi online. Kualitas dari komunikasi dan value yang diberikan sangat dibutuhkan untuk membuat pelanggan puas dan loyal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari perceived value, kualitas komunikasi dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas hubungan bisnis pada GOS. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan populasinya adalah anggota GOS wilayah JABODETABEK. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis sampling probabilitas cluster sampling, dengan jumlah responden 100 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai yang dirasakan, kualitas komunikasi, kepuasan pelanggan dan loyalitas hubungan bisnis berada dalam kategori baik. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa nilai yang dirasakan, kualitas komunikasi dan kepuasan pelanggan secara signifikan mempengaruhi loyalitas hubungan bisnis.