

ABSTRAK

Persaingan di dunia transportasi darat terutama bus AKAP berlangsung sangat ketat, hal ini menyebabkan seluruh pengusaha otobus harus mampu bersaing dan meningkatkan penjualan tiketnya demi memperebutkan pangsa pasar. Pada masa globalisasi saat ini, keunggulan dalam suatu perusahaan sangat dibutuhkan guna mempertahankan pelanggan dengan cara menghadirkan inovasi-inovasi terbaru dan pelayanan yang prima. Melalui pelayanan yang prima serta persepsi harga yang baik perusahaan mampu menarik minat seorang pelanggan untuk terus menggunakan produk atau jasa yang ditawarkannya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bertempat di Kota Semarang baik menetap atau singgah sementara yang telah menggunakan jasa transportasi PO Rosalia Indah Transport. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 182 responden. Data yang diperoleh pada kuesioner penelitian selanjutnya di analisa menggunakan program pengolah data AMOS 26.0.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh terbesar terhadap variabel kepuasan pelanggan adalah variabel kualitas layanan dan berpengaruh signifikan. Variabel citra merek memiliki pengaruh terbesar terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.