

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Taksi New Atlas Di Kota Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Taksi New Atlas Semarang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden, ditentukan dengan menggunakan purposive sampling dengan kriteria: mereka yang sudah berusia ≥ 17 tahun dan sudah pernah menggunakan Taksi New Atlas. Metode analisis data yang digunakan yaitu melalui statistik deskripsif, uji instrumen, uji model dan uji hipotesis. Uji instrumen diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji model yang digunakan adalah Uji F (*Goodness of Fit*) dan uji Adj R^2 (koefisien determinasi). Selanjutnya uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis *regresi* dengan uji t dengan koefisien beta standar dan taraf signifikansi < 0.05 .

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis disimpulkan: 1. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 3. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 4. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan

Kata Kunci : persepsi harga, kualitas layanan, citra merek, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan