

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening terhadap pengguna sepeda motor Piaggio Vespa matik di Kota Semarang.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 150 responden yang merupakan masyarakat pengguna sepeda motor Piaggio Vespa matik di Kota Semarang. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Dalam pengumpulan data digunakan metode wawancara dengan media kuesioner. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) sebagai alat analisis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas, kualitas layanan, dan ekuitas merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (sebagai variabel perantara) dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Persepsi Kualitas, Kualitas Layanan, Ekuitas Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.