

ABSTRAK

Seiring berkembangnya waktu, transportasi menjadi salah satu kebutuhan utama untuk menunjang aktivitas. Perkembangan jasa taksi terus terjadi di berbagai kota besar, khususnya Semarang. Hal ini ditandai dengan bertambahnya perusahaan yang terjun dalam bisnis tersebut. Banyaknya pilihan menimbulkan ekspektasi yang tinggi dari konsumen terhadap penyedia jasa.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan, kualitas layanan, dan persepsi harga terhadap minat beli ulang layanan New Atlas Taksi Semarang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, yaitu pelanggan New Atlas Taksi yang sudah menggunakan layanan New Atlas Taksi dalam kurun waktu 1 tahun terakhir. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisa dan interpretasi data menggunakan Analisis Regresi Berganda, sesuai dengan model yang dikembangkan dalam penelitian ini, serta pengoperasian melalui program SPSS versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perusahaan, kualitas layanan, dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan memiliki pengaruh yang paling tinggi terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian, citra perusahaan, kualitas layanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Kualitas layanan merupakan variabel yang berpengaruh paling tinggi terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: citra perusahaan, kualitas layanan, persepsi harga, kepuasan pelanggan, minat beli ulang.