

ABSTRAK

Latar Belakang penelitian ini adanya penurunan penjualan PO Jaya Indah Semarang dalam kurun waktu 2012-2014. Penurunan penjualan ini dapat dirumuskan bahwa bagaimana konsumen merasakan loyal setelah menggunakan PO Jaya Indah Semarang ditengah fenomena bisnis yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan, persepsi atas harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada bus pariwisata PO Jaya Indah Semarang.

Sampel penelitian ini adalah konsumen bus pariwisata PO Jaya Indah Semarang yang berjumlah 100 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Metode kuantitatif meliputi validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis melalui uji F, uji t dan koefisien determinasi (R^2). Dan pada penelitian ini menggunakan uji sobel untuk mendeteksi variabel interveningnya yaitu kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan dan Perepsi atas Harga menunjukkan pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Konsumen, selanjutnya Kepuasan Konsumen diterima sebagai variabel intervening dalam memediasi Kualitas Layanan dan Persepsi atas Harga terhadap Loyalitas Konsumen.

Kata Kunci: Kualitas layanan, persepsi atas harga, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen.