

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah adanya pengurangan interaksi langsung yang dilakukan perusahaan serta melihat jaminan yang perusahaan berikan terhadap pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kontak pelanggan dan jaminan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai pelanggan sebagai variabel intervening pada pengguna jasa kereta api daerah operasi 4 Semarang.

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 100 responden pengguna jasa kereta api yang dipilih berdasarkan metode *purposive sampling*. Kuesioner didistribusikan pada bulan April 2015. Data yang didapatkan kemudian diolah menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji *goodness of fit* menggunakan koefisien regresi, uji F dan uji T.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kontak pelanggan memberikan nilai 43,6% dan jaminan pelayanan memberikan nilai 42,7% yang keduanya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel nilai pelanggan. Kemudian variabel kontak pelanggan memberikan nilai 25,8% dan nilai pelanggan memberikan nilai 62,7% yang keduanya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel jaminan pelayanan memberikan nilai 1,4% dengan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : kontak pelanggan, jaminan pelayanan, nilai pelanggan, kepuasan pelanggan.