

ABSTRAKSI

Keberadaan usaha bengkel bertujuan untuk menyelenggarakan penyediaan jasa service dan pemasangan part motor yang baik dan layak bagi pelanggan. Ukuran pelayanan yang baik adalah pelayanan yang aman, nyaman, cepat dan murah. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris mengenai apakah kualitas layanan inti, kualitas layanan periferal, dan harga berpengaruh terhadap nilai pelanggan pada Bengkel Rio Motor Semarang dalam meningkatkan minat mereferensikan.

Sampel penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa Bengkel Rio Motor Semarang yang lebih dari dua kali sejumlah 100 orang dengan menggunakan teknik Non Probability Sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, dengan menggunakan reliabilitas dan validitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, koefisien determinasi serta analisis regresi linear berganda dalam software SPSS 21.0.

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y_1 = 0,384 X_1 + 0,398 X_2 + 0,206 X_3$$

$$Y_2 = 0,845 Y_1$$

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan inti, kualitas layanan periferal, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai pelanggan dan nilai pelanggan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat mereferensikan.

Kata kunci : kualitas layanan inti, kualitas layanan periferal, harga, nilai pelanggan dan minat mereferensikan.