

ABSTRAKSI

Bisnis jasa biro perjalanan pada saat ini, berkembang dengan pesat di Indonesia, khususnya di kota Semarang. Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat, supaya dapat bertahan dan memenangkan persaingan. Untuk dapat terus bertahan, perusahaan harus mampu mengetahui apa yang dibutuhkan atau diharapkan oleh konsumennya. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kemampuan berkomunikasi terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa pada *Oryza Tour*. Pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan kuesioner.

Hasil analisis regresi berganda yaitu, $Y = 0,310X_1 + 0,221X_2 + 0,414X_3$. Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variable dependen adalah variable kemampuan berkomunikasi (0,414), diikuti oleh variable kualitas pelayanan (0,310) dan terakhir adalah variable persepsi harga (0,221). Hasil uji t membuktikan bahwa semua variable independen (kualitas pelayanan, persepsi harga dan kemampuan berkomunikasi) mempunyai pengaruh positif terhadap variable dependen yaitu kepuasan konsumen. Dan koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,752. Hal ini berarti 75,2% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variable kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kemampuan berkomunikasi. Dan sisanya yaitu 24,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: kualitas pelayanan, persepsi harga, kemampuan berkomunikasi, dan kepuasan konsumen.