

ABSTRAK

Bagi sebuah perusahaan untuk menciptakan kinerja yang meningkat secara konsisten diperlukan usaha untuk menciptakan *superior value* bagi konsumennya secara berkelanjutan. Untuk memaksimalkan kinerja perusahaan tersebut dalam jangka panjang perusahaan harus terus membangun dan mempertahankan kerja sama yang menguntungkan dengan pelanggannya. Kualitas layanan pelanggan atau *customer service quality*, telah dianggap satu hal terpenting dalam satu perusahaan, terutama bisnis jasa. Karena dengan adanya layanan pelanggan yang berkualitas, pelanggan akan merasa puas dan mereka akan terus bertahan menggunakan jasa perusahaan tersebut (*customer retention*).

Penelitian ini meneliti tentang berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada CV. Kaka Trans yaitu variabel kualitas layanan, persepsi nilai, dan reputasi perusahaan. Dalam penelitian ini menggunakan model teoritis dengan mengajukan tiga hipotesis yang akan diuji menggunakan SPSS. Responden pada penelitian ini adalah para pelanggan CV. Kaka Trans Semarang sebanyak 120 responden.

Hasil pengolahan data SPSS menunjukkan bahwa data valid dan reliable, memenuhi asumsi normalitas, bebas dari multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis diterima, artinya kualitas layanan, persepsi nilai dan reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Kaka Trans.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Persepsi Nilai, Reputasi Perusahaan.