

**Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Servicescape Terhadap
Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT S2
Indonesia Semarang)**

RHEINA DESILA MAHARDHITA

(Pembimbing : Dr Kusni Ingsih, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201202726@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Semakin maraknya wisata kuliner yang akhir-akhir ini menjadi ikon dari Kota Semarang, memberikan dampak yang berarti pula bagi industri makanan baik yang berskala kecil maupun yang berskala besar. Bisnis yang diprediksi akan terus tumbuh di tahun 2015 di Semarang adalah bisnis kuliner. Berbagai tempat kuliner baru akan terus bermunculan, baik usaha kuliner yang benar-benar baru maupun bisnis kuliner dari waralaba yang memang banyak ditawarkan. Ketatnya persaingan di bisnis ini tentu harus disikapi secara tepat oleh para pebisnis kuliner untuk bisa terus tumbuh dan berkembang di tengah-tengah persaingan yang ketat.

Adapun yang dijadikan sebagai populasi adalah seluruh pelanggan PT S2 Indonesia Semarang. sampel yang diambil dalam penelitian diperoleh sebesar 96,04 kemudian dibulatkan menjadi 100 orang. Jadi sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah responden PT S2 Indonesia Semarang. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Servicescape berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Servicescape berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Kata Kunci : persepsi harga, kualitas pelayanan, servicescape, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan

**Perceptions Of Price , Service Quality And Service Scape On
Customer Loyalty Through Customer Satisfaction (Study In PT S2
Indonesia Semarang)**

RHEINA DESILA MAHARDHITA

(Lecturer : Dr Kusni Ingsih, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &
Business, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 211201202726@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Recently, by the developing of culinary tourism as the icon of Semarang city, it gives good impact to culinary industries even small or big culinary. The predicted business which will be grown faster in 2015 is culinary. There are many new culinary places existed whether new industries or franchise. The culinary intense competition business is certainly be addressed appropriately by the culinary businessmen.

Meanwhile, the population of this research is PT.S2 customers Indonesia Semarang. There are 96,04 respondents as the sample of this research and is rounded into 100 respondents. In analyzing the data, multiple linear regressions method is applied in his research.

The result show that price, service, and services scape influence to the customers satisfaction positively and significantly. Meanwhile, they also give positive and significant to loyalty of customers satisfaction.

Keyword : customers loyalty, customers satisfaction, price, service quality, servicescape