

ABSTRAK

Judul : PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS LAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BLUE BIRD TAKSI SEMARANG

Nama : Oki Nahendra

NIM : D2D605183

Jurusan : Administrasi Bisnis

Perusahaan jasa transportasi taksi di Indonesia khususnya di kota Semarang pada dewasa ini berkembang cukup pesat. Perkembangan yang pesat ini, menjadikan timbulnya persaingan ketat diantara perusahaan jasa transportasi taksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari brand image dan kualitas layanan dengan kepuasan konsumen sebagai mediasi terhadap loyalitas konsumen Blue Bird Taksi Semarang.

Populasi dalam penelitian ini orang yang pernah menggunakan Blue Bird Taksi Semarang. Dan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dari seluruh penumpang Blue Bird Taksi Semarang. Tipe penelitian ini menggunakan *explanatory research* dan teknik samplingnya adalah *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang diberikan kepada para responden.

Hasil perhitungan tabel tunggal menunjukkan 71 persen responden berpendapat brand image dari Blue Bird Taksi Semarang adalah baik. Sebesar 60 persen responden menyatakan kualitas layanan dari Blue Bird Taksi Semarang dinilai baik. Kemudian sebesar 46 persen responden menyatakan kepuasan konsumen dari Blue Bird Taksi Semarang dinilai cukup tinggi. Dan 49 persen responden menilai tingkat loyalitas konsumen dari Blue Bird Taksi Semarang dinilai tinggi. Hasil perhitungan analisis 2 jalur menunjukkan pada substruktur 1: $Y_1 = 0,261 X_1 + 0,366 X_2 + \epsilon_1$; bahwa ada pengaruh antara brand image dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Dan pada substruktur 2 : $Y_2 = 0,166 X_1 + 0,420 Y_1 + 0,159 X_2 + \epsilon_2$; bahwa ada pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, tetapi tidak ada pengaruh antara brand image dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan perusahaan mempertahankan dan meningkatkan brand image dan kualitas layanannya agar kepuasan dan loyalitas konsumennya tetap terjaga.

Semarang, Juni 2010
Disetujui Dosen Pembimbing 1

Drs. Saryadi, M.Si
NIP. 19601116 199001 1 001