

## **ABSTRACT**

*This study aimed to analyze the influence of Perceived Price, Service Quality, Customer Satisfaction and Its Implication On Customer Loyalty (Studies in Umrah and Hajj Travel Agents PT Wisata Semesta Barokah). Research is quantitative and explanatory, while the data collection techniques based on questionnaires and documents. This study population is all customers Umrah and Hajj travel agent PT Wisata Semesta Barokah period 2013-2015. Sampling method using nonprobability sampling and sampling techniques using purposive sampling. Sample size determination using the formula Slovin with an error rate of 5% amounting to 188 consumers taken as respondents. Data were analyzed using SPSS version 22. The research found that the Quality of Service and Perceived Price are significantly affect Customer Loyalty through Customer Satisfaction Umrah and Hajj Travel Agents Travel PT Wisata Semesta Barokah. Researchers suggest companies need to conduct routine price comparisons to competitors, so it can determine a competitive price. In addition the company should improve the quality of service, especially the performance of field staff and sales force that will satisfy consumers.*



*Keywords : Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Marketing management services, Perceived Price, Service Quality,*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Biro Perjalanan Umrah dan Haji Khusus PT Wisata Semesta Barokah). Penelitian bersifat kuantitatif dan bersifat *explanatory*, sedangkan teknik pengumpulan data berdasarkan kuesioner dan dokumen. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan biro perjalanan umrah dan haji khusus PT Wisata Semesta Barokah periode 2013-2015. Metode pengambilan sample menggunakan metode *nonprobability sampling* dan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% berjumlah 188 konsumen yang diambil sebagai responden. Data yang terkumpul dianalisa menggunakan SPSS versi 22. Hasil penelitian ditemukan bahwa Kualitas Layanan dan Persepsi Harga secara signifikan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Biro Perjalanan Umrah dan Haji Khusus PT Wisata Semesta Barokah. Peneliti menyarankan perusahaan perlu melakukan komparasi harga secara rutin terhadap kompetitor, sehingga dapat menentukan harga yang kompetitif. Selain itu perusahaan sebaiknya meningkatkan kualitas layanan terutama kinerja tenaga lapangan dan tenaga pemasaran yang akan memuaskan konsumen.



Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan, Manajemen Pemasaran Jasa, Persepsi Harga