

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Kepuasan Konsumen, Promosi, Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen pengguna kereta api. Populasi pada penelitian ini adalah penumpang kereta kaligung yang ada di stasiun Semarang Poncol sebanyak 80 orang, Teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan *Purposive sampling*. Analisis data dalam penelitian ini adalah metode analisis linier berganda yang sebelumnya telah dilakukan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, sedangkan Promosi dan Persepsi Harga tidak berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen. Secara simultan seluruh variabel bebas yang terdiri dari, Kepuasan Konsumen, Promosi dan Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap Variabel terikat yaitu Loyalitas Konsumen.

Hasil analisis menggunakan koefisien determinasi (R^2) menunjukkan 24,4% variabel Loyalitas konsumen dapat dijelaskan melalui variabel Kepuasan Konsumen, Promosi dan Persepsi Harga. Sedangkan sisanya sebanyak 75,6% dapat dijelaskan melalui variabel lain diluar model penelitian.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Promosi, Persepsi Harga, Loyalitas Konsumen