

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT Naura Adi Jaya (Naura Tours). Pada penelitian ini, populasi yang digunakan merupakan konsumen PT Naura Adi Jaya (Naura Tours) Semarang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling yang berjumlah 100 responden. Pengambilan sampel dengan kriteria: konsumen dengan minimal usia 17 tahun dan konsumen yang sedang atau pernah menggunakan jasa PT Naura tours minimal 2 kali. Pengujian data dalam penelitian ini menggunakan uji instrumen, analisis linier berganda dan uji model

Berdasarkan uji hipotesis, diperoleh bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, selanjutnya kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : kepercayaan, citra perusahaan, kualitas layanan, kepuasan konsumen.

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of Trust, Corporate Image, and Service Quality on Consumer Satisfaction of PT Naura Adi Jaya (Naura Tours). In this study, the population used was consumers of PT Naura Adi Jaya (Naura Tours) Semarang. Sampling in this study used purposive sampling, amounting to 100 respondents. Sampling with criteria: consumers with a minimum age of 17 years and consumers who are or have used the services of PT Naura tours at least 2 times. Testing the data in this study using descriptive statistical tests, test instrument using validity and reliability tests, test models using test F (Goodness of fit) and the coefficient of determination test. Furthermore the hypothesis uses regression analysis with test with standard beta coefficient and significance level <0.05 .

Based on hypothesis testing, it is found that trust has a positive and significant effect on customer satisfaction, company image has a positive and significant effect on customer satisfaction, then service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *trust, company image, service quality, customer satisfaction.*