

ABSTRAK

Persaingan yang begitu ketat dalam industri *freight forwarding* menunjukkan bahwa perusahaan harus dapat mempertahankan loyalitas pelanggan. Namun terjadi permasalahan loyalitas pelanggan di dalam permasalahan perusahaan jasa *freight forwarding* PT. Rhenus Logistics Indonesia cabang Semarang yang dibuktikan dengan data pelanggan perusahaan. Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa *Freight Forwarding*, diantaranya adalah kualitas pelayanan, *service recovery*, persepsi harga serta kepuasan pelanggan sebagai *variable intervening*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, *service recovery*, persepsi harga serta kepuasan pelanggan sebagai *variable intervening* terhadap loyalitas pelanggan jasa *freight forwarding* PT. Rhenus Logistics Indonesia cabang Semarang.

Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan jasa PT. Rhenus Logistics Indonesia cabang Semarang dengan sampel sebanyak 100 responden yang diambil dengan menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang dipakai untuk mendapatkan data primer adalah dilakukan dengan cara menggunakan kuesioner. Pengujian instrumen dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas dan alat analisis statistik data yang digunakan adalah menggunakan program *Structural Equation Modeling (SEM) SmartPLS (Partial Least Square)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (2) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (3) *Service recovery* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (4) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (5) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (6) *Service recovery* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (7) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (8) Kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan (9) Kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas pelanggan (10) Kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh *Service Recovery* terhadap Loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *Service Recovery*, Persepsi Harga, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, dan *Freight Forwarding*.