

ABSTRAK

Tren pendapatan devisa sektor pariwisata Indonesia dari 2022 hingga kuartal ketiga 2024 menunjukkan peningkatan signifikan, menandai pemulihan industri dan peluang dalam layanan transportasi antar kota. Provinsi Jawa Barat tercatat sebagai salah satu destinasi utama wisatawan nusantara, dengan Kota Bandung, menjadi destinasi utama wisatawan nusantara, mendorong pertumbuhan penyedia layanan travel seperti Jackal Holidays Shuttle. Namun, *rating* 3,8 di *Google Business Profile* menunjukkan tantangan persepsi pelanggan dibandingkan pesaing dengan *rating* lebih tinggi. Penelitian ini meneliti pengaruh kualitas layanan, pengalaman pelanggan, dan harga terhadap loyalitas, dengan kepuasan sebagai variabel mediasi pada Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan teknik *purposive sampling* dan *non-probability sampling*. Kuesioner disebarikan kepada 200 responden yang pernah memakai layanan Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung. Analisis data dilakukan dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan SmartPLS 4.

Hasil dari analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan. Ketiga variabel tersebut juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, serta harga terhadap loyalitas pelanggan Jackal Holidays Shuttle di Kota Bandung. Perusahaan disarankan terus menjaga kualitas pelayanan, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan menerapkan strategi penetapan harga yang tepat guna meningkatkan kepuasan pelanggan serta memperkuat loyalitas dan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan, Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.