

ABSTRAK

Travel AWR Sikumbang Tour adalah salah satu perusahaan travel yang cukup terkenal di daerah Sumatera Barat yang mana berpusat di daerah Bukittinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Minat Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Pelanggan menggunakan variabel intervening. Penelitian ini diukur dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden ataupun pelanggan Travel AWR Sikumbang Tour. Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Citra Merek, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Citra Merek, Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Pelanggan, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Pelanggan, Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Minat Pelanggan, Harga dapat di intervening oleh Citra Merek terhadap Minat Pelanggan, Kualitas Pelayanan tidak di intervening oleh Citra Merek terhadap Minat Pelanggan. Dalam hal ini perusahaan dapat meningkatkan variabel-variabel yang perlu diperbaiki dimasa yang akan datang.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Minat Pelanggan

ABSTRACT

Travel AWR Sikumbang Tour is a travel company that is quite well known in the West Sumatra area, which is based in the Bukittinggi area. This study aims to determine the effect of price on customer interest, and service quality on customer interest using intervening variables. This research was measured by distributing questionnaires to 100 respondents or customers of AWR Sikumbang Tour Travel. The method used is a quantitative method. The results of this study indicate that price has a significant effect on brand image, service quality has a significant effect on brand image, price has no significant effect on customer interest, service quality has a significant effect on customer interest, brand image has a significant effect on customer interest, price can be influenced by image Brand on Customer Interests, Service Quality is not intervening by Brand Image on Customer Interests. In this case the company can increase the variables that need to be improved in the future.

Keywords: *Price, Service Quality, Brand Image, Customer Interest*