

Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus “Trans Jogja” Di Yogyakarta

Akhmad Bagus Aidin
NIM : 141130017

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
(akhmad.goes@gmail.com)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan bus Trans Jogja di Yogyakarta di tahun 2017. Penelitian ini dilakukan pada *shelter* Terminal Giwangan dan *shelter* malioboro pada pelanggan yang menggunakan jalur 3A dan 3B. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas yang terdiri dari harga, kualitas layanan dan citra merek, sedangkan untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan adalah survey. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala *likert*, dimana responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda. Berdasarkan analisis tersebut, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0.378 + 0.484X_1 + 0.364X_2 + 0.231X_3 + e$$

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) harga, kualitas pelayanan dan citra merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan sebesterdhadap kepuasan pelanggan bus Trans jogja di Yogyakarta. (2) harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan bus Trans jogja di Yogyakarta. (3) kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan bus Trans jogja di Yogyakarta, (4) citra merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan bus Trans jogja di Yogyakarta. Adjusted R Square menunjukkan sebesar 70,9% bahwa variabel harga (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Citra Merek (X3) mampu menjelaskan variabel kepuasan pelanggan (Y), dan sisanya 29,1% dijelaskan oleh variabel lain.

Kata kunci : harga, kualitas layanan, citra merek dan kepuasan pelanggan

MOTTO

“Niat karena Allah, Sebab tanpa *lillahi ta’alaa* semua hanya sia-sia”

Bagus Akhmad

Saya memulai dari mimpi, Beranjak karena niat,
dan merealisasikan dalam bentuk yang nyata.