

ABSTRAK

Persaingan bisnis di bidang jasa transportasi semakin ketat hal ini menjadikan kualitas layanan, harga dan citra merek merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan pelanggan. Apabila kualitas layanan, harga dan citra merek di terima dan dirasakan sesuai yang diharapkan pelanggan maka menimbulkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk memengetahui pengaruh kualitas layanan, harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan *mitra transport*.

Jenis penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian yang bersifat kausal komparatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden terdiri dari pelanggan *mitra transport* yang berada di kota Surabaya yang pernah menggunakan jasa *mitra transport* dan data diambil dengan menggunakan metode sampling incidental. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisioner. Metode analisis data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang perhitungannya dibantu dengan aplikasi SPSS (Statistical Product and Service Solution). Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada *mitra transport* di Surabaya).

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

ABSTRACT

The business competition in the transportation field is getting tighter. It makes the service quality, price, and brand image the level of excellence that customers expect. The service quality, price and brand image and taste that feel is by the customers' expectation it causes the customers satisfaction. This research was aimed to examine the effect of service quality, price, and brand image on the customers' satisfaction with Mitra transport.

This research was comparative causal with the quantitative approach. Furthermore, the research sample was 100 respondents consisting of the customers of Mitra transport located in the city of Surabaya who had used the service of Mitra transport and the data was taken from incidental sampling method. On the other hand, the data collection of this research used a questionnaire. Meanwhile, the data analysis used multiple linear regressions analysis with calculation of SPSS (Statistical Product and Service Solution) application.

The research result showed that the variable of service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction, the price had a positive and significant effect on the customers' satisfaction. Also, brand image had a positive and significant effect on the customers' satisfaction (study at Mitra transport in Surabaya).

Keywords: Service quality, price, brand image and customers' satisfaction.