

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality and price's perception on consumers satisfaction PT. Transjakarta. The object of this research is the people residing in West Jakarta area who have used Transjakarta with 146 respondents by using quantitative descriptive approach.

The results of this study indicate that partially and simultaneously, service quality and price's perception variables affect the Consumers Satisfaction as well as a positive relationship between each independent variabel to The dependent variabel. This has been proved from the result of simultaneous test (F test) with the value of F equal to 81,516 and with probability / significance 0,000 and partial test result (T test) with T value of each independent variable with significance level less than 0.05 and also show the significant value of two independent variables supporting the hypothesis. So that the test results of this study stated that there is a simultaneous influence between the variable Quality of Service and Price's Perception to Consumer Satisfaction.

Keywords: Service Quality, Price's Perception, and Consumer Satisfaction.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen PT. Transjakarta. Objek dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di wilayah Jakarta Barat yang pernah menggunakan Transjakarta dengan 146 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, variabel Kualitas Layanan dan Persepsi Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen serta terjadi hubungan yang positif antara masing – masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hal ini dibuktikan dari hasil uji simultan (uji F) dengan nilai F sebesar 81,516 dan dengan probabilitas/signifikansi 0,000 dan hasil uji parsial (uji T) dengan nilai T dari masing – masing variabel bebas dengan taraf signifikansi kurang dari 0,05 dan juga menunjukkan nilai signifikan dari dua variabel bebas yang mendukung hipotesa. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh simultan antara variabel Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Kepuasan Konsumen.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA