



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Susan Sri Apriyani
44216110104

Pengaruh Kualitas Pelayanan Taksi Bluebird dan Grabcar Terhadap Citra Perusahaan.
Jumlah halaman: xii + 132 halaman
Literatur : 21 Buku 5 Jurnal (Tahun 2008-2016), 3 *website*

ABSTRAK

Bluebird dan Grab merupakan dua perusahaan jasa transportasi profesional di Indonesia. Kedua perusahaan tersebut bersaing satu sama lain dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada konsumen demi terciptanya citra yang positif. Apabila kualitas layanan yang diberikan baik maka dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen sehingga citra positif dapat terbentuk. Melalui citra yang positif, maka perusahaan dapat terus menjalankan eksistensinya dalam memberikan layanan jasa kepada konsumen.

Konsep penelitian ini menggunakan teori yang diungkapkan oleh Kotler tentang kualitas pelayanan dan teori citra perusahaan menurut Shirley Harrison. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivisme dan studi komparatif. Metode survei dengan penyebaran kuisioner dan pengukuran skor jawaban menggunakan skala *likert*. Kuisioner disebarkan kepada 77 mahasiswa Universitas Mercu Buana jurusan Ilmu Komunikasi jurusan *Public Relations* tahun angkatan 2015 s/d 2017 yang pernah menggunakan layanan jasa Taksi Bluebird dan Grabcar. Setelah data terkumpul, diolah dengan menggunakan SPSS 20 menggunakan korelasi *person's*, uji regresi linier sederhana dan *paired sample t-test*.

Hasil korelasi menunjukan terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan Taksi Bluebird dan Grabcar terhadap citra perusahaan sebesar 0,792 dan 0,62. Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan Taksi Bluebird dan Grabcar terhadap citra perusahaan. Namun terdapat perbedaan dimana kontribusi kualitas pelayanan Taksi Bluebird terhadap citra perusahaan sebesar 62,7% dan kontribusi kualitas pelayanan Grabcar terhadap citra perusahaan sebesar 39,4%. Hal ini dapat disebabkan karena Taksi Bluebird lebih fokus pada layanan jasa transportasi.

Kata Kunci: Kualitas, Pelayanan, Citra Perusahaan, Bluebird, Grab



Mercu Buana University
Communication Faculty
Study Program Public Relations
Susan Sri Apriyani
44216110104

The influence of service quality online taxi “My Bluebird” and “Grab” on company image
132 pages, 5 chapter, 22 books, 5 journals (2008 – 2016), 3 webistes

ABSTRACT

Bluebird and Grab are two professional transportation service companies in Indonesia. The two have been competing to serve their best to satisfy the customers so the positive image will stay remain. The concept of this research is using theory quoted from Kotler of serving quality and company image by Shirley Harrison. The method is using quantitative approach in possitivm paradigma and comparative study. The survey method is using questionnaire and the score of the result has been measured using Likert scale.. The questionnaire has been sproud to 77 of Mercu Buana University students of Communication, major of Public Relations in 2015 to 2017 that has been a user of Bluebird Taxi and Grab Car. The data has been processed using SPSS 20 in Person's correlation, simple linear regretion test, and paired sample t-test. There, we found the strong connection of Taksi Bluebird service quality to the company image for 0.792 and also of the Grabcar for 0.62. It proves the impact of service quality to the company image. The difference is that the contribution of service quality to Bluebird Taxi company is 62.7% and to Grabcar company is 39.4%. It's because Bluebird Taxi focuses more to the transportation service

Keywords : Bluebird, Grab, Service Quality, Company Image.