

## **ABSTRACT**

*The study was determined the effect of service quality, price, and corporate image to customer satisfaction. The object of this study is Blue Bird taxi's customer in DKI Jakarta. the samples obtained in this research are 113 respondents were distributed to employees of PT ORIX Indonesia Finance, around Dukuh Atas, and Mercu Buana University in Menteng. Data analysis method used is quantitative analysis using validity reliability test, classic assumption test, multiple analysis, and hypothesis testing.*

*The results of this study indicate variable service quality, price, and corporate image have significant and positive impact on the Blue Bird taxi's customer satisfaction in DKI Jakarta. It is proved by the result of partial study (study t) and simultaneous study (study f).*

*Keywords: Service Quality, Price, Corporate Image, Customer Satisfaction*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen. Objek penelitian ini adalah konsumen taksi Blue Bird di wilayah DKI Jakarta. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 113 responden yang disebar di PT ORIX Indonesia Finance, di daerah Dukuh Atas, dan Universitas Mercu Buana di Menteng. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan, harga, dan citra perusahaan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen taksi Blue Bird di Wilayah DKI Jakarta, hal ini dibuktikan dari hasil uji parsial (uji t) dan hasil uji simultan (uji F).

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Perusahaan, Kepuasan Konsumen