

**PENGARUH HARGA TIKET, KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRANSJAKARTA  
(Studi Kasus Rute BSD City – Grogol – Slipi )**

**Yulianingsih**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh Harga Tiket, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transjakarta dikalangan pengguna Transjakarta Rute BSD City – Grogol – Slipi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non-Probability Sampling* dengan menggunakan Kouta Sampling sebanyak 130 Responden. Sumber data dalam penelitian ini diambil dengan menyebarkan kuesioner kepada 130 Pengguna Transjakarta. Analisa data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pengujian secara parsial diurutkan dimensi yang paling berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan adalah Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Pelanggan. Sementara Variabel Nilai Pelanggan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Transjakarta

Kata kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

***EFFECT OF TICKET PRICE, QUALITY OF SERVICE AND CUSTOMER VALUE TO  
CUSTOMER SATISFACTION Transjakarta***

***(These Case Studies BSD City - Grogol - Slipi)***

***Yulianingsih***

***Abstract***

*This research aims to transform and analyze the influence Ticket, Service Quality and Customer Value Customer Satisfaction among users of Transjakarta These Transjakarta BSD City - Grogol - Slipi. The data used in this study is Non-Probability Sampling Sampling Kouta using as many as 130 respondents. Sources of data in this study were taken by distributing questionnaires to 130 Users Transjakarta. Analysis of data using multiple linear regression analysis.*

*The results showed that the partial testing sorted most influencing dimension is the Customer Satisfaction Service Quality, Pricing and Customer Value. While the Variable Value Customers a significant negative effect on Transjakarta Customer Satisfaction*

*Keywords: Price, Quality of Service, Customer Value, Customer Satisfaction*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA