

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA  
TIKI JAKARTA SELATAN**

**SKRIPSI**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2020**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada TIKI Jakarta Selatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan dari citra merek ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) TIKI Jakarta Selatan, data yang dikumpulkan dengan 110 responden yang merupakan pelanggan TIKI Jakarta Selatan, Metodologi penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana pengumpulan data yang dilakukan melalui kuisioner/angket dan observasi. Data yang dikumpulkan diolah dengan menggunakan alat uji regresi linier berganda, koefisien determinan ( $R^2$ ), hipotesis pengujian persial (*t-tes*) dan pengujian simultan ANOVA (*F-tes*). Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara simultan antara citra merek ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Sehingga, apabila perusahaan ingin meningkatkan kepuasan pelanggan pada TIKI Jakarta Selatan, maka perusahaan perlu untuk memaksimalkan dan mengevaluasi kembali citra merek ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ).

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

## ABSTRAK

*This study aims to determine the Effect of Brand Image, Price and Service Quality on Customer Satisfaction at TIKI South Jakarta. The purpose of this study is to determine whether there is a significant influence of brand image ( $X_1$ ), price ( $X_2$ ), and service quality ( $X_3$ ) on customer satisfaction ( $Y$ ) TIKI South Jakarta, data collected with 110 respondents who are TIKI Jakarta customers South, This research methodology is quantitative research, where data collection is done through questionnaires/questionnaires and observations. The data collected was processed using multiple linear regression test, the coefficient of determinant ( $R^2$ ), the hypothesis of persial testing ( $t$ -test) and simultaneous ANOVA testing ( $F$ -test). Based on the results of the study note that simultaneously between brand image ( $X_1$ ), price ( $X_2$ ), and service quality ( $X_3$ ) has a significant effect on customer satisfaction ( $Y$ ). So, if the company wants to increase customer satisfaction at TIKI South Jakarta, the company needs to maximize and re-evaluate brand image ( $X_1$ ), price ( $X_2$ ), and service quality ( $X_3$ ).*

*Keywords: Brand Image, Service Quality, Customer Satisfaction*