

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN
LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PENGGUNA JARINGAN INTERNET OXYGEN DI
SRENGSENG JAKARTA BARAT**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen – Sastra 1



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
2022**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN
LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PENGGUNA JARINGAN INTERNET OXYGEN
DI SRENGSENG JAKARTA BARAT
SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA MANAJEMEN
Program Studi Manajemen – Sastra 1**



OLEH :

NAMA : ENDANG SETIAWAN

NIM : 180400006

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2022

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE, AND
LOCATION TO CUSTOMER SATISFACTION ON
OXYGEN INTERNET NETWORK USER
IN SRENGSENG WEST JAKARTA
THESIS**

The Study Program : Management



Arranged By :

Name : ENDANG SETIAWAN

NIM : 180400006

**ECONOMIC FACULTY & BUSINESS
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY
JAKARTA**

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Endang Setiawan
NIM : 180400006
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri dan seluruh isi skripsi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 15 Agustus 2022



(Endang Setiawan)

180400006

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, brand image, and destination location on oxygen internet network users in Srengseng, West Jakarta. The type of research used is quantitative research. The population in the study was all customers who use the Oxygen internet and the sample of this study found 100 customer respondents in Srengseng, West Jakarta. This research methodology uses the causal method. The sampling technique used accidental sampling technique. Data collection method using primary data and secondary data. The data analysis method used in this study is multiple linear regression analysis with the help of SPSS 26 Software. Simultaneously (F test) shows that there is a significant influence between the variables of Service Quality (X1), Brand Image (X2), and Location (X3) on Customer Satisfaction (Y). Meanwhile, partially (t test) shows that Service Quality (X1) and Location (X3) variables have a significant effect on Customer Satisfaction, while Brand Image (X2) has no significant effect on Customer Satisfaction. And the contribution of all independent variables Adjusted R2 is 57.2% to Customer Satisfaction (Y). While the remaining 42.8% is explained by other unknown factors or variables and not included in this study.

Keywords: *Service Quality, Brand Image, Location, Customers satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jaringan Internet Oxygen Di Srengseng Jakarta Barat Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini seluruh pelanggan yang menggunakan internet Oxygen dan sampel penelitian ini berjumlah 100 responden Pelanggan di Srengseng Jakarta Barat. Metodologi penelitian ini menggunakan metode kausal. Teknik sampling menggunakan teknik sampling accidental. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan Software SPSS 26. Secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan (X1), Citra Merek (X2), dan Lokasi (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Sedangkan, secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan Citra Merek (X2) berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dan kontribusi semua variabel bebas Adjusted R² sebesar 57,2% terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Sedangkan sisanya sebesar 42,8% dijelaskan dengan faktor atau variabel lain yang tidak diketahui dan tidak masuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Lokasi, Kepuasan Pelanggan