

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PO.HARYANTO
DI SURAKARTA**



**Disusun Oleh
DANDI NURSETIYAWAN
1812.0002**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Dandi Nur Setiyawan
Nim : 181.200.02
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek terhadap
kepuasan pelanggan Po Haryanto Di Surakarta

Di setuju dan disahkan :

Hari : Kamis

Tanggal : Juni 2022

Pembimbing



(Andri Nurtantiono, S.E.,M.M)

Mengetahui

Kepala Program Studi S1 Manajemen



(Tri Ratna Pamikasih, S.E.,M.B.A)

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dandi Nur Setiawan
NIM : 18120002
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA,
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGA PO. HARYANTO DI SURAKARTA

Skrripsi ini telah diuji, disetujui dan disahkan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Manajemen.

Pada Hari : Kamis
Tanggal : 13 Oktober 2022

Tim Penguji

Ketua :

1. Andri Nurtantiono, S.E., M.M.

Anggota :

2. Aditya Liliyan, S.M.B., M.M

Tanda Tangan

(.....)

(.....)

Mengetahui,

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta



Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

NIDN. 0625127401

PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dandi Nur Setiyawan
NIM : 18120002
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merk Terhadap
Kepuasan Pelanggan PO. Haryanto di Surakarta

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari ditemukan bahwa skripsi saya adalah hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia membatalkan atau menanggalkan gelar kesarjanaan saya atau saya bersedia diberikan sanksi sesuai dengan perundangan yang berlaku.

Sukoharjo, 10 Juni 2022

Pembuat Pernyataan,



Dandi Nur Setiyawan

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmahtullahi wabarakatuh

Segala puji dan syukur bagi ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PEALNGGAN PO.HARYANTO DI SURAKARTA”**. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan studi jenjang strata 1 (S1) Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi surakarta.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuandari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu dalam kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak trimakasih kepas:

1. Dr. Pardi, S.E., MM.H selaku Ketua STIE Surakarta
2. Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.B.A sebagai Ketua Bidang Studi S1 Manajemen
3. Andri Nurtantiono, S.E., M.M, Selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, kritik dan motivasi kepada penulisdari awal sampai dengan selesainya penyusunan skripsi ini.
4. Bapak/ibu Dosen serta karyawan STIE Surakarta yang telah berbagi ilmu pengetahuan dan penagalaman selama menempuh pendidikan di STIE SURAKARTA

5. Alm.Bapak Dzalkaidi dan Ibu suyatmi yang sangat saya sayangi dan saya cintai selaku orang tua yang mendukung penuh secara mora dan doa terhadap segala sesuatu keputusan yang saya ambil
6. Kerabat dekat dan saudara saya Nur intan,Rahayu Setya Rini,Siti aisyah,Monica Suwandini,Veny,erma yang membantu saya mengerjakan skripsi dan selalu membri motivasi untuk tetap semangat walaupun di tengah keterbatasan dan kesulitan
7. Teman-teman Sekolah Tinggi Ekonomi Surakarta,S1 Manajemen C angkatan 2018 yang telah menemani untuk berjuang bersama meraih mimpi gelar sarjana Manajemen
8. Keluarga Besar NARA FOTO COPY yang telah memberikan potongan yang super murah di bawah standar dalam melakukan print skripsi selama pengerjaan proses penulisa skripsi
9. Seluruh responden yang meluangkan waktu dan memberikan pendapat untuk olah data dalam penelitian
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu

Terhadapa semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya,hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya.Amiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Surakarta,23 Juni 2022

Penulis

ABSTRAK

Dandi Nur Setiyawan, 18.12.00.02. Halaman 1-90 Penagruah Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Po Haryanto Di Surakarta 2022.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Penagruah Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan jasa Po Haryanto Di Surakarta. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dan menggunakan kuisioner dengan sampel sebanyak 100 responden, penelitian ini di dasari dari adanya fenomena membeludaknya penumpang Po Haryanto akhir-akhir ini .

Variable penelitian ini menggunakan dua Variable yaitu variable dependen dan indenpendet. Untuk variable dependen dari penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan. Untuk variable indenpendet meliputi: Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek. Metode dari penelitian ini adalah kuantitatif untuk metode analisi menggunakan Analisis Regresi Berganda . Sedangkan untuk olah data menggunakan IBM Statistik SPSS 25.

Hasil Analisi Regresi Berganda menunjukan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan Harga tidak berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Saran untuk Perusahaan lebih Meningkatkan lagi pelayanan baik itu dari office juga yang berada di lapangan seperti Driver dan Co-Deiver agar pelanggan semain merasa di hargai dan di manjakan oleh pelayanan Po Haryanto, Perusahaan lebih memperhatikan harga agar lebih ekonomis dan terkesan sangta bersahabat dan sesuai dengan apa yang nominal yang mereka bayarkan sehingga kepuasan pelanggan semaki meningkat.

KataKunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Po Haryanto

DAFTAR ISI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PO.HARYANTO DI SURAKARTA	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Kajian Pustaka	5
B. Penelitian Terdahulu	13
C. Kerangka Pikir	16
BAB III	20
	viii

METODE PENELITIAN	20
A. Objek Penelitian	20
B. Definisi Operasional	20
C. Jenis penelitian	24
D. Sumber Data	24
E. Populasi	25
F. Sampel	26
G. Teknik Pengumpulan Data	27
H. Teknik Analisis Data	29
BAB IV	34
ANALISI DAN PEMBAHASAN	34
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	34
B. Identitas Respondent	42
C. Analisis Data	45
B. Uji Validitas	46
C. Uji Reliabilitas	48
a. Uji Normalitas	49
b. Uji Multikolineritas	50
c. Uji Heteroskedastisitas	51
E. Analisis Regresi Berganda	53

F. Uji Hipotesis	55
a) Uji F	55
G. Koefisien determinasi (R^2)	58
H. Pembahasan	61
A. Kesimpulan	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	74
A. LAMPIRAN KUISONER	74
A. KUISONER PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ,HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI BUS PO HARYANTO	74
Petunjuk Pengisian	76
Keterangan :	76
Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	76
Variabel citra merek(x3)	78
B. UJI VALIDITAS	80
C. .UJI REABILITAS	92
D. UJI ASUMSI KLASIK	94
E. UJI LINEAR BERGANDA	96
F. UJI HIPOTESIS	97

DAFTAR GAMBAR

<u>A. Gambar 1. Harga tiket</u>	3
<u>B. Gambar.2 Kerangka Fiker</u>	16
<u>C. Gambar 3 Logo Perusahaan</u>	36

DAFTAR TABEL

Tabel 1.penelitian terdahulu	3
Table.2 Definisi Oprasional	20
Tabel 3.Jawaban responden	24
Tabel 4. Usia Respondent	43
Tabel 5.Pekerjaan Responden	44
Tabel 6.Penghasilan Respondent	45
Tabel 7,jumlah menggunakan jasa	46
Tabel 8.Uji Validitas	48
Tabel 9.Uji Reliabilitas	56
Tabel 10.Uji Normalitas	51
Tabel 11. Uji Multikolineritas	52
Tabel 12. Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 13,Analisi Berganda	55
Tabel.14. Uji f	57
Tabel 15.Uji T	58
Tabel 16, Koefisien Determinasi	61
Tabel 17 Kuisiioner Kualitas Pelayanan	63
Tabel 18 Kuisiioner Harga	66
Tabel 19 Kuisiioner Citra Merk	68

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dalam persaingan bisnis tidak hanya terjadi pada bisnis hotel, retail, perumahan, dan properti saja. Dalam sektor jasa khususnya di bidang transportasi juga terjadi persaingan yang kuat tepatnya di bidang jasa transportasi bus. Jasa transportasi bus jni memiliki peran penting bagi manusia. Dengan jasa ini mereka bisa dengan mudah menjangkau daerah satu ke daerah yang lain untuk memenuhi suatu kebutuhan.

Po.hariyanto didirikan pada tahun 2002 oleh bp.H hariyanto putra asli daerah kudu Jawa Tengah setelah purna tugas di Bataliyon Artileri pertahanan udara ringan 1\kostrad TNI Angkatan darat,jalur .pertama yang di rintis ke arah Jawa adalah trayek bojonegoro dan purwodadi dengan di bantu oleh adik beliau yaitu bp.H,Annas

Jasa yang di berikan perusahaan transportasi memiliki keunggulan yang di tawarkan pada konsumen. Hal ini karena mereka memiliki strategi pemasaran yang baik untuk menarik konsumen memilih jasa transportasi ini. Dan membuat konsumen loyal menjadikan jasa transportasi Po. Haryanto menjadi pilihan. kepuasan pelanggan sangat penting dalam menjalankan bisnis jasa dan produk. Khususnya di jasa transportasi ini dengan memperhatikan kepuasan pelanggan, pengusaha dan pemilik bisnis dapat mengetahui keluhan dan feedback dari pelanggan yang menerima jasa yang

diberikan. Pemenuhan kepuasan pelanggan menjadi hal yang penting karena kepuasan pelanggan ini merupakan strategi bisnis jangka panjang serta mendorong agar perusahaan semakin memenuhi apa yang menjadi kebutuhan para pelanggan setia. Pelanggan yang puas akan melakukan menggunakan kembali jasa transportasi bus Po.Haryanto, sehingga keuntungan perusahaan menjadi bertambah.

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh jasa transportasi Po. Haryanto yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen pelayanan dengan armada terbaru dan interior serta fasilitas yang nyaman di dalam bus dengan body bus terbaru dan sangat ganteng sekali di buat oleh karoseri ternama di Indonesia seperti karoseri adiputro juga karoseri laksana yang menambah kesan mewah,walaupun harga tiket lumayan agak mahal tetapi dengan pelayanan prima juga ramah serta adanya jam sholat yang di terapkan di semua perjalanan bus po.hariyanto membuat para pelanggan tetap memilih po.hariyanto sebagai teman untuk pulang ke kampung halaman dengan kualitas pelayanan yang baik membuat pelanggan enggan berpaling hati hal ini seperti yang di alami oleh penulis sendiri

Dengan ketatnya persaingan, penentuan harga yang tepat juga harus mempertimbangkan fasilitas yang didapat. Faktor tersebut sangat

berpengaruh agar pelanggan merasakan kepuasan karena harga yang diberikan sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang di dapatkan. PO Haryanto dari tahun ke tahun melakukan peremajaan armada dan mesin baru.

Citra merek (Brand Image) Suatu hal yang sangat penting yang berhubungan dengan produk. Apalagi di abad ini semua serba modern dan juga pemikiran yang lebih praktis dan ekonomis serta di dukug dengan teknologi yang semakin canggih .Masyarakat yang modern ditunjukkan dengan seringnya meuntut prestige di dalam kehidupan sosialnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dalam penelitian ini penulis mengambil judul " Pengaruh Kualitas pelayanan ,harga ,Dan Citra Merek terhadap kepuasan pelanggan bus Po. Hariyanto di surakarta".
Data harga tiket tahun 2020

Tujuan perjalanan	Harga tiket
Jakarta-sumenep	Rp.350.000
Jakarta-ponorogo	Rp.220.000
Jakarta-solo	Rp.180.000
Jakarta-wonogiri	Rp.180.000
Jakarta-purwantoro	Rp.180.000
Jakarta-Gemolong	Rp.180.000
Jakarta-klaten	Rp.180.000

Sumber data.<https://www.redbus.id>

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk menguji dan menganalisis citra merek terhadap kepuasan pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan untuk perusahaan dalam upaya pembentukan kinerja karyawan yang baik dan profesional.
2. Untuk menambah pengalaman dan pengetahuan bagi penulis.
3. Dapat digunakan sebagai referensi penelitian dalam kampus

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Pustaka

a) Pemasaran

Pemasaran menurut William J. Staton (1985, hlm.7) pemasaran adalah sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

Sebuah strategi bisnis yang mengacu pada aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan penjualan suatu produk. Di sini, pemasaran adalah mencakup periklanan, penjualan, dan pengiriman produk kepada konsumen atau bisnis lain.

Periklanan adalah penggunaan media untuk memberitahukan kepada konsumen tentang sesuatu dan mengajak mereka melakukan sesuatu. Dari mata seorang konsumen, iklan merupakan suatu sumber informasi atau hanya suatu bentuk hiburan. Sedangkan pandangan sosial iklan adalah suatu bentuk jasa suatu kelompok masyarakat. Tujuan iklan adalah memperkenalkan suatu produk agar konsumen terpengaruh untuk membeli produk tersebut dengan periklanan yang tepat dan tepat membuat produk yang di promosikan dapat meningkatkan penjualan yang signifikan dengan beberapa media.

Salah satunya dengan media elektronik Iklan Televisi adalah bagian berasal dari pemasaran atau promotion mix yang tujuannya adalah untuk mempromosikan, membujuk, mengumumkan kepada pelanggan atau konsumen agar mereka tertarik dan belanja produk yang di tawarkan oleh pemasaran atau produsen.

Kekuatan iklan ini berasal dari Pengertian Iklan Telvisi ini memang benar-benar penting untuk menunjang keberhasilan suatu usaha gara-gara alasan utama sebuah usaha adalah memiliki/menarik pelanggan atau konsumen dengan sebesar-besarnya. Saat ini fasilitas periklanan banyak jenisnya berasal dari pemasaran digital maupun konvensional mereka punyai kelebihan tiap-tiap baik itu berasal dari aspek biaya maupun efektifitas iklan yang dibuat. Begitu termasuk dengan fasilitas yang lain tentu termasuk punyai Kelebihan dan Kelemahan Iklan Televisi pun layaknya itu. Adapun sisi kelemahan atau kekurangan periklanan televisi adalah berkaitan soal biaya yang tinggi dan keengganan pemirsa melihat iklan.jangkauan televisi lebih luas dan cukup besar sehingga kemungkinan produk yang di pasarkan menjadi lebih efisien persentase penjualannya pun tinggi sehingga menguntungkan dalam segi bisnis penentuan waktu penayangan mudah dan bisa di di buat berulang kali mau kapan saja tinggal di atur dengan televisi sebagai penyedia media iklan tersebut sehingga membuat iklan menjadi tepat sasaran karena bisa menyasar berbagai kalangan dengan cara mengatur penayangan jam munculnya iklan sesuai dengan waktu para pekerja istirahat. Bisa mampu

melakukan interaksi secara langsung dengan Acara worhsop atau dengan cara telepon interaktif dengan pelanggan saat siaran langsung di televisi.informasi atau berita disampaikan melaui televisi bersifat lebih singkat dan tepat pada inti yang mau di sampaikan kepada pelanggan sehingga terkesan tidak bertele-tele dan mengena di fikiran para pelanggan tentang produk yang di iklankan

b) Jasa

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu Suatu produk berbentuk jasa memiliki karakteristik dan ciri-ciri khusus yang membedakannya dengan produk lainnya.Menurut Adrian Payne, adapun karakteristik dan ciri-ciri jasapihak kepada pihak lain, pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya.Menurut Kotler (2004) merumuskan jasa adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak yang lain secara prinsip intangibledan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.Usaha yang bergerak di bidang jasa adalah usaha yang menyediakan pelayanan tertentu, dan tidak menghasilkan produk yang terlihat dengan mata tetapi imfek yang di timbulkan sangat signifikan dan membantu banyak sektor .

Usaha dalam bidang jasa banyak ditekuni karena dengan bermodalkan keahlian tertentu dapat menghasilkan keuntungan. Beberapa usaha di bidang jasa tidak membutuhkan ongkos produksi sama sekali

sehingga sangat menguntungkan bagi yang menggelutinya. salah satu ciri Jasa merupakan suatu unjuk kerja dan bersifat heterogenitas. Selain itu, jasa sangat mudah berubah-ubah, tergantung pada siapa, kapan, dan di mana suatu jasa dikerjakan tidak berpatokan pada suatu hal sehingga sangat fleksibel dalam pelaksanaannya.

Pada umumnya produk berbentuk jasa dihasilkan dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan, dengan partisipasi konsumen pada prosesnya. Ciri-ciri jasa yang paling utama adalah tidak memiliki wujud (intangible). Dengan kata lain, produk berbentuk jasa sifatnya abstrak karena tidak dapat dilihat, dirasakan, atau disentuh seperti halnya pada suatu barang fisik. Jasa merupakan suatu unjuk kerja dan bersifat heterogenitas. Selain itu, jasa sangat mudah berubah-ubah, tergantung pada siapa, kapan, dan di mana suatu jasa dikerjakan. Itulah sebabnya mengapa tidak ada hasil jasa yang persis sama meskipun dilakukan oleh satu orang. Pada umumnya produk berbentuk jasa dihasilkan dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan, dengan partisipasi konsumen pada prosesnya. Dengan kata lain, konsumen harus ada pada tempat jasa yang diminta serta melihat atau ikut ambil bagian dari aktivitas jasa tersebut. Produk jasa tidak dapat disimpan, dijual kembali, atau dikembalikan kepada produsen jasa dimana seseorang membelinya. Dengan begitu, maka jasa merupakan suatu produk yang mudah lenyap atau tidak bisa bertahan lama.

c) Kualitas Pelayanan

Menurut Gasperz (1997) menyatakan kualitas adalah totalitas dari fitur-fitur dan karakteristik-karakteristik yang dimiliki oleh produk yang sanggup untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Sedangkan definisi kualitas menurut Kotler (1997) adalah seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kualitas. sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Ini jelas bahwa kualitas berpusat pada konsumen, seorang produsen dapat memberikan kualitas bila produk atau pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan yang membuat pelanggan menjadi puas dengan apa yang telah diberikan dengan kualitas pelayanan yang membuat citra yang bagus di mata para pelanggan. Fitur merupakan sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan atau membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing menjadi identitas sebuah perusahaan dan gampang diingat oleh para pelanggan sehingga menjadi nilai jual yang bagus. Sehingga dapat menunjang keberlangsungan perusahaan tersebut menjadi lebih baik dan berkembang dari aspek manapun.

Pelayanan menurut Kasmir (2017: 47) adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Ada tiga fungsi pelayanan umum (publik) yang dilakukan pemerintah yaitu environmental

service, development service dan protective service. Jadi keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada penyesuaian kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggungjawab dalam pelaksanaannya. Tujuan dari pelayanan pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat. Untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan prima yang tercermin dari Transparansi, yakni pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti. Juga harus memberikan pelayanan prima memberikan pelayanan sehingga bisa memenuhi dan memuaskan para pelanggan sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan yang maksimal. Pelayanan disebut prima jika pelanggan sudah merasa puas dan sesuai dengan harapan pelanggan. Tidak mengecewakan para pelanggannya sehingga dengan pelayanan yang bagus dapat membuat pelanggan akan selalu menggunakan jasa perusahaan tersebut karena dengan pelayanan yang prima dan baik membuat para pelanggan akan enggan dan berfikir 2x jika harus berpindah ke pesaing.

d) Citra Merek

Menurut Kotler (2012) merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan produk atau jasa dari para pesaing. Menurut Tjiptono (2008:104) —Merek adalah janji penjual untuk menyampaikan kumpulan sifat, manfaat dan jasa spesifik secara konsisten

kepada pembeli. Merek dapat menyampaikan enam tingkat arti yaitu atribut, manfaat, nilai, budaya, kepribadian, dan pemakaian fungsi utama merek adalah untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi atau dibuat perusahaan lain yang sejenis. Dengan demikian merek merupakan tanda pengenal asal barang atau jasa yang bersangkutan dengan produsennya. Dengan brand dan Imej yang bagus sehingga para pelanggan akan terus menerus menggunakan produk dari perusahaan tersebut dengan imajinasi brand yang baik.

Alat promosi. Suatu barang atau jasa yang hadir di tengah masyarakat dengan disertai adanya nama merek maka akan lebih mudah dikenal oleh kalangan masyarakat. Menunjukkan asal barang atau jasa tersebut berdasar jaminan kualitas yang akan ditawarkan dari produk tersebut.

e) Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) dalam arti yang sempit harga (price) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Secara umum, harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin dibelinya. Ini karena harga merupakan suatu nilai tukar dari sebuah produk atau jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter.

f) Kepuasan Konsumen

Kotler dan Keller (2009:138) kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Menurut Sangadji dan Sopiah (2013: p.180) menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang real atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan atau konsumen setelah mendapatkan produk atau pelayanan dari sebuah perusahaan. Perasaan tersebut timbul karena pelanggan membandingkan harapan mengenai produk atau jasa yang akan diperoleh dengan kenyataan. Perusahaan pun harus memposisikan diri sebagai pelanggan. Berpikirlah mengapa perusahaan mau merekomendasikan barang atau jasa kepada orang lain. Pelayanan yang baik umumnya dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi.

Kepuasan dijadikan sebagai titik diferensiasi bagi pelanggan baru. Coba perhatikan mengenai perilaku konsumen baru. Apakah pelanggan baru mengetahui produk atau jasa dari rekomendasi orang lain atau dia datang sendiri. dapat dengan jelas melihat dari mana pelanggan berasal. Pelanggan baru yang membeli produk atau menggunakan jasa karena rekomendasi orang lain pada umumnya memiliki brand knowledge

dan brand awareness yang lebih bagus daripada pelanggan yang datang sendiri

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

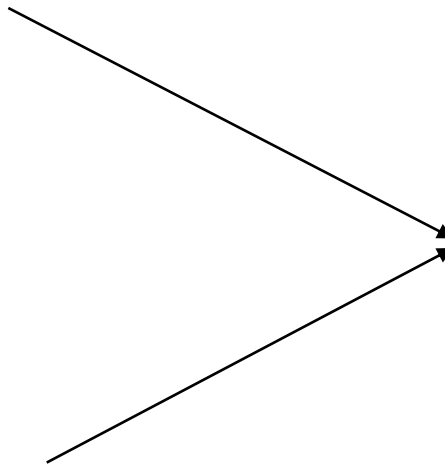
No	Penulis dan Tahun	Judul	Hasil
1	Wicaksono dan kusuma (2021)	Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada konsumen OTO Car Wash di Kota Salatiga	Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pencucian mobil di OTO Car Wash
2	Oktarini (2020)	Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Tangerang	Dari uji t dapat dijelaskan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian handphone Xiaomi di Kota Tangerang dengan nilai $t_{sig} < 0,05$. Dari

			uji t dapat dijelaskan bahwa citra merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian handphone Xiaomi di Kota. Dari uji F dapat dijelaskan bahwa harga dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian handphone Xiaomi di Kota Tangerang
	Febri dkk (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bakso Mama 1 Jombang	Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan,
	Ari (2018)	Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan	Kualitas Pelayanan dan Harga memberikan kontribusi

		pelanggan jasa go-jek di kota bandung	terhadap Kepuasan Pelanggan jasa Go-Jek cabang Bandung sebesar 62,9 % sedangkan 37,1% merupakan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti
	Dot Ulong dan maukar (2017)	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan (studi empiris di J.Co Donuts & Coffee Cabang Manado	Variabel kualitas produk dan kualitas layanan dan harga berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen J.CO Donuts & Coffee
	Azizah (2017)	Pengambilan keputusan pembelian sepatu nike terhadap pengaruh citra merek	Dari total 50 Responden rata-rata(mean)=48,42, median=47 modus sebesar =56 standardeviasi=7,22 distribusi data variable citra merek (brand image)

--	--	--	--

C. Kerangka Pikir



Gambar 2.Kerangka Pikir

Kualitas Pelayanan (X1)

a) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut PKotler (2003:464) beliau menyebutkan bahwa

Harga (X2)

ialah sebagai suatu tindakan

Kepuasan Pelanggan (Y)

bisa diberikan pada orang lain. Pelayanan atau juga lebih dikenal dengan

service bisa di klasifikasikan menjadi dua yaitu High contact service ialah

Citra Merek (X3)

Merupakan sebuah pelayanan jasa dimana kontak diantara

konsumen dan juga penyedia jasa yang sangatlah tinggi, konsumen selalu

terlibat di dalam sebuah proses dari layanan jasa tersebut. Low contact

service ialah klasifikasi pelayanan jasa dimana kontak diantara konsumen dengan sebuah penyedia jasa tidaklah terlalu tinggi. Physical contact dengan konsumen hanyalah terjadi di front desk yang termasuk ke dalam klasifikasi low contact service. Misalkan ialah lembaga keuangan. Di dalam bukunya yang bertajuk hubungan masyarakat membina hubungan baik dengan publik (2001:138). Yang beranggapan bahwa sebuah pelayanan ialah suatu proses keseluruhan sebuah pembentukan citra dari perusahaan, baik dengan melalui media berita, membentuk sebuah budaya perusahaan secara internal, ataupun melakukan sebuah komunikasi mengenai pandangan perusahaan pada para pemimpin pemerintahan serta publik yang lainnya yang berkepentingan dalam hal pelayanan. Menurut penelitian dari Ari(2018), kualitas Pelayanan dan Harga memberikan kontribusi terhadap Kepuasan Pelanggan. Menurut Penelitian Wicaksono dan Kusuma (2018), Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Menurut penelitian Febri dkk (2019,) Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut penelitian Dot Ulong dan Mukar (2017) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis dapat di nyatakan dalam bentuk:

H1: Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

b) Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2008: 152-153) tujuan penetapan harga adalah : 1. Berorientasi laba yaitu bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga

yang dapat menghasilkan laba yang paling tinggi. 2. Berorientasi pada volume yaitu penetapan harga berorientasi pada volume tertentu. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) Dalam arti yang sempit harga (price) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut penelitian Oktarini (2020), dari uji t dapat dijelaskan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan. Menurut penelitian dari Febri (2019), Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis dapat dinyatakan dalam bentuk:

H2: Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

c) Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Aaker dan Biel (1993) citra merek adalah penilaian konsumen terhadap merek tersebut dalam sebuah pasar. Penciptaan tersebut dapat tercipta berdasarkan pengalaman pribadi maupun mendengar reputasinya dari orang lain atau media. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007) "Citra merek adalah sekumpulan asosiasi mengenai suatu merek yang tersimpan dalam benak atau ingatan konsumen". Menurut penelitian dari Zizah, Nur, Luluk (2017), Pengaruh citra merek terhadap pengambilan keputusan pembelian sepatu Nike pada mahasiswa

fakultas ekonomi Universitas Islam Lamongan. Menurut Penelitian Oktarini (2020) citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis dapat dinyatakan dalam bentuk:

H3: Citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

BAB V

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diteliti, maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa transportasi Po Haryanto di Surakarta Dan Sekitarnya
2. Harga Tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Jasa Po Haryanto di Surakarta Dan Sekitarnya
3. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Po Haryanto menggunakan jasa transportasi po Haryanto di Surakarta Dan Sekitarnya

B. Saran

1. Hasil data yang di peroleh dari rekapitulasi peryantaan dari Kepuasan Pelanggan di ketahui bahwa pelayanan yang di lakukan oleh Po Haryanto sudah sangat baik tetapi harus lebih di tingkatkan lagi karena masih ada beberapapelanggan yang belum puas terhadap pelayanan Po Haryantto
2. Hasil data yang di peroleh dari rekapitulasi peryantaan dari Citra Merek di ketahui bahwa citra di mata pelanggan Po Haryanto sudah baik tetapi maih ada kekurangan sedikit di kinerja karyawan Po Haryanto maka

harus meningkatkan dalam hal pelayanan oleh karyawan agar terlihat baik di mata pelanggan

3. Hasil data yang di peroleh dari rekapitulasi peryantaan dari Harga di ketahui bahwa Harga di mata para pelaggan cukup baik tapi tidak terlalu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan maka Po Haryanto harus lebih meningkatkan pelayanan dalam hal harga sehingga terlihat lebih ekonomis dan bersahaat di mata pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Website:

Ari, Permatasa, Amanda 2018, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Hara Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Go-Jek Di Kota Bandung *Survey pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas* 8 (7) 63 - 78
<https://core.ac.uk>

Azizah, Nur, Luluk 2017, Pengaruh citra merk terhadap pengambilan keputusan pembelian sepatu Nike pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Islam Lamongan, *Jurnal penelitian ilmu mahasiswa* 2 (2) 8 hal
<https://ejurnal.undiksha.ac.id>

Dot Ulong, Oh, Lucky., Kawet, Loje dan Maukar, Jesse, Viladel 2017 Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan (studi empiris di J.Co Donuts & Coffee Cabang Manado *Jurnal Riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi* 3 (2) 25 – 79
<http://repository.unpas.ac.id>

Febri, Echa., Sudartanto, Tri dan Santoso, Prio, Rohmat 2019 Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bakso Mama 1 Jombang *Jurnal geo ekonomi* 10 (2) 164 – 180
<https://scholar.google.co.id>

Indikator kepuasan pelanggan : pengertian, jenis, dan fungsinya bagi bisnis<https://accurate.id/marketing-manajemen/indikator-kepuasan-pelanggan/2021>

Oktari, Ririn, 2020 Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Tangerang, *jurnal pemasaran* 3 (3) 52-58 <http://scholar.unand.ac.id>

Skripsi, manajemen, pemasaran, keuangan, SDM<http://skripsimanajemen.blogspot.com/2011/02/pengertian-definisi-kualitas-pelayanan.html?m=1> 2021

Wicaksono, Sunu dan Kusuma, Linda 2021 Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada konsumen OTO Car Wash di Kota Salatiga, *jurnal penelitian dan pengembangan sains dan humoniora* 5 (1) 19 - 27 <https://repository.uinjkt.ac.id>

Nabilah, Rajaa, Yasmin, 20220, Pengaruh Word Of Mounth, Kualitas Pelayanan, Keamanan, Dan Kepercayaan Konsumen Menggunakan Jasa Trasportasi Online Grabbike di Kota Surakarta , Skripsi 1-82 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Nurtantiono,Andri S.E.,M.M,2020,Analisi Regresi Berganda Kasus Dan Analisis Dengan SPSS Surakarta,

LAMPIRAN

A. LAMPIRAN KUISONER

A. Kusioner Pengaruh Kualitas Pelayanan,Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Bus Po Haryanto

Dalam rangka menyelesaikan studi di STIE Surakarta,maka mahasiswa di wajibkan untuk menyusun skripsi.Oleh karena itu saya mohon bantuan dan kerja samanya dari bapak/ibu/saudara/i dengan hormat untuk memberikan penliain melalui kuisisioner ini dengan sebnar benarrnya seperti yang di alami terhadap pelayanan PO Haryanto di Surakarta .

Petunjuk pengisian

Pada pertanyaan yang ada di bawah ini,Bapak/Ibu/Saudara/Idi mohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan memberikan tanda centang (√) pada pilihan jawaban yang tersedia.

IDENTITAS RESPONDEN

1. NamaResponden:
2. Jeniskelamin:
 - ☐ Lakilaki
 - ☐ Perempuan
3. Usia saat ini(pilih salah satu dibawah ini):
 - ☐ 17-20tahun
 - ☐ 21 tahun–30 tahun
 - ☐ 31tahun–40 tahun
 - ☐ 41 tahun–50tahun
 - ☐ >50tahun
4. Pendidikanterakhir:
 - ☐ SD
 - ☐ SMP
 - ☐ SMA
 - ☐ Diploma
 - ☐ S1/S2/S3
5. Pekerjaan saat ini:
 - ☐ PNS
 - ☐ Pegawai Swasta
 - ☐ Wiraswasta
 - ☐ TNI/POLRI
 - ☐ Pelajar/Mahasiswa
6. Pendapatanperbulan :
 - ☐ Rp500.000-Rp.1.000.000
 - ☐ Rp1.100.000–Rp2.000.000
 - ☐ Rp2.100.000 – Rp3.000.000

- ☐ Rp3.100.000 – Rp4.000.000
- ☐ Rp5.000.000
- 7. Sudah berapa kali melakukan pembelian pada PO.hariyanto di Surakarta:
 - ☐ Satu kali
 - ☐ dua kali
 - ☐ tiga kali/lebih
- 8. Menurut anda PO Hariyanto
 - ☐ Armada Nyamandanfasilitaslengkap
 - ☐ Hargatiketterjangkau
 - ☐ Kruberpakaianrapi

Petunjuk Pengisian

Silahkan Anda pilih jawaban yang menurut Anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda(✓)pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan :

SS =Sangat Setuju

S =Setuju

N =Netral

TS =TidakSetuju

STS =Sangat Tidak Setuju Nilai Skor:

STS =skor1

TS =skor2

N =skor3

S =skor4

SS =skor5

Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS		S	SS
	Tangible (bukti fisik)	1	2		4	5
1.	Pakaian dan penampilan kru PO Hariyanto rapi					
2.	Armada bus po.hariyanto bersih dan wangi					
	Reliability (keadalan)	1	2		4	5
3.	Pegawai PO Hariyanto tepat waktu dalam melayani pelanggan					
4.	Fasilitas di dalam bus po hariyanto lengkap					

Variabel Persepsi harga(x.2)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS		ST	SS
Keterjangkauan Harga		1	2		4	5
1.	Harga produk yang di tawarkan terjangkau oleh konsumen					
2.	Sesuai yang di harapan pelanggan po.hariyanto					
Kesesuaian Harga		1	2		4	5
3.	Fasilitas yang ada di dalam bus sesuai dengan harga dan berfungsi dengan baik					
4.	Armada yang di gunakan oleh PO Hariyanto tahan dalam segala medan					
5.	Semua armada sudah terjamin tidak ada mesin yang bermasalah layak jalan					
Kualitas produk		1	2		4	5
6 .	Daya tahan armada po..hariyanto sudah sangat teruji					
7	Performa armada bus po.hariyanto tidak mengecewakan					
Daya saing harga		1	2		4	5
8.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan permintaan pasar					
9.	Meningkatkan kemampuan kompetitif dengan kompetitor					
Keterjangkauan harga dan mafaat		1	2		4	5
11	Menggunakan PO.hariyanto sangat bermanfaat bagi penumpang karena keberangkatan dan tiba di tujuan sesuai jadwal					
12	Produk sesuai dengan harga yang di berikan					

Variabel citra merek(x3)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS		S	SS
Popularitas		1	2		4	5
1.	Nama PO.hariyanto sangat populer di mata masyarakat					
2.	Komentar baik para pelanggan tentang po hariyanto lewat Instagram.youtube.dll					
3.	Kepribadian karyawan po hariyanto sangat santun					
kredibilitas		1	2		4	5
4.	Kualitas pelayanan yang bagus					
5.	Pendapat para pelanggan yang loyal					
6.	Kinerja karyawan po.hariyanto yang bagus					
Jaringan perusahaan		1	2		4	5
7.	Po Hariyanto sudah terintegrasi dengan teman bus					
8.	Oprasional po hariyanto sangat tertata rapi					
9	Agen po.hariyanto banyak dan terorganisir dari Jakarta hingga ke Madura					

Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan		1	2		4	5
10	Saya merasa sangat puas dengan fasilitas yang ada di po hariyanto					
11	Saya merasa puas dengan kinerja karyawan di po.hariyanto					
12	Saya merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan di po hariyanto					
13	Saya bersedia merekomendasikan po,hariyanto karena pelayanannya sangat					

	baik					
14	Saya bersedia merekomendasikan po,hariyanto karena failitas sangat lengkap					