

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. PUTRA PELANGI  
PERKASA TAJUR RAYA BOGOR**

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program  
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda

**Disusun Oleh :**  
**Salma Nefinda Marasabessy**  
**C.1810786**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DJUANDA  
BOGOR  
2023**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan hidayah-Nya yang telah memberikan kemudahan, Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Dimana skripsi ini disusun dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh sarjana manajemen (S1). Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. serta para keluarga, sahabat dan seluruh umatnya termasuk kita. Aamiin.

Judul skripsi yang disusun penulis adalah **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. PUTRA PELANGI PERKASA TAJUR RAYA BOGOR”**. Dalam pelaksanaan penyusunannya, penulis tidak terlepas dari adanya bantuan serta dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka dari itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ketua dan Pengurus Yayasan Pusat Studi Pengembangan Islam Amaliyah Indonesia (YPSPIAI).
2. Prof. Dr. Suhaidi, SH, MH. selaku Rektor Universitas Djuanda Bogor
3. Ibu Dr. Sri Harini, Dra., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda, Ibu Endang Silaningsih, SE., MM. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi, Ibu Erni Yuningsih, SE., MM., selaku Wakil Dekan Bidang Non Akademik Fakultas Ekonomi.
4. Ibu Tini Kartini, SE., MH., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ibu Yulianingsih, SE., MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi.

5. Bapak Dr. Lucky Hikmat Maulana, SE., M.Si. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Djuanda Bogor.
6. Ibu Dwi Gemina, SE.,M.Si sebagai pembimbing I yang telah memberikan arahan, bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Dr. Ismartaya, SE., MM sebagai pembimbing II yang telah memberikan arahan, nasihat, motivasi, perhatian, serta saran selama masa bimbingan.
8. Seluruh Dosen dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi atas segala bantuan dalam hal administrasi demi tersusunnya penyusunan skripsi ini, serta Bapak atau Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda yang telah memberikan ilmu dalam perkuliahan kepada penulis.
9. Bapak Fadlizar yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian serta seluruh karyawan yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Rasa terima kasih tidak terhingga kepada Ibunda Sri Retnowati dan Ayahanda Majid Rahim Marasabessy, kakak tercinta Fauzi Febryan dan adik tercinta Nazar Magfir Marasabessy, Yasmin Ramadhani Marasabessy, Raihan Alfalah Marasabessy yang selalu mendampingi penulis dengan do'a-do'a, nasihat dan kasih sayang serta dorongan semangat yang menguatkan penulis.
11. Seluruh rekan-rekan seperjuangan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda angkatan 2018 terkhusus sahabat Fadillah Trisna Diniati, Fera Nurlisna, Kania Awalina Hendrawan, Prihatini, Resti rahmawati, Adelia Pratiwi dan Nor Komalasari yang telah memberikan motivasi, saran, dukungan serta dorongan kepada penulis sehingga terselesaikannya laporan ini.
12. *Last but no least, I wanna thank me , I wanna thank me for believing me , I wanna thank me for doing all this hard work , I wanna thank me for having no days off.*

Semoga semua kebaikan yang telah diberikan seluruhnya akan mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca. Akhir kata

semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Bogor, Oktober 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.5 Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Tinjauan Teori .....	18
2.2.1 Manajemen .....	18
2.2.2 Fungsi-fungsi Manajemen .....	19
2.2.3 Pemasaran.....	21
2.2.4 Manajemen Pemasaran .....	22
2.2.5 Bauran Pemasaran Jasa .....	23
2.2.6 Fungsi-fungsi Manajemen Pemasaran .....	24
2.3 Jasa .....	25
2.4 Kualitas Pelayanan .....	26
2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	26
2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan .....	27
2.4.3 Indikator Kualitas Pelayanan .....	28
2.5 Citra merek .....	30
2.5.1 Pengertian Merek .....	30

2.5.2	Pengertian Citra Merek .....	31
2.5.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Citra Merek .....	32
2.5.4	Indikator Citra Merek .....	32
2.6	Harga .....	34
2.6.1	Pengertian Harga .....	34
2.6.2	Tujuan Penetapan Harga .....	35
2.6.3	Metode Penetapan Harga .....	36
2.6.4	Peranan Harga.....	37
2.6.5	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga .....	38
2.6.6	Indikator Harga .....	39
2.7	Kepuasan Konsumen .....	40
2.7.1	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	40
2.7.2	Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	41
2.7.3	Strategi Kepuasan Konsumen .....	42
2.7.4	Metode Pengukuran Konsumen .....	42
2.7.5	Indikator Kepuasan Konsumen .....	44
2.8	Pengembangan Hipotesis .....	45
2.8.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen .....	45
2.8.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	45
2.8.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen .....	46
2.8.4	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen .....	47
2.9	Kerangka Pemikiran .....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>51</b>
3.1	Objek dan Lokasi Penelitian .....	51
3.2	Desain Penelitian .....	51
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasionalisasi Variabel .....	52
3.3.1	Variabel Penelitian.....	52
3.3.2	Definisi Operasionalisasi Variabel .....	52

3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan sampel .....	56
3.4.1	Populasi Penelitian .....	56
3.4.2	Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	57
3.5	Metode Pengumpulan Data .....	59
3.5.1	Jenis dan Sumber Data .....	59
3.5.2	Produser Pengumpulan Data .....	60
3.6	Metode Pengujian Data .....	60
3.6.1	Uji Validitas .....	60
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	65
3.6.3	Uji Asumsi Klasik .....	67
3.7	Metode Analisis Data .....	70
3.7.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
3.7.2	Analisis Koefisien Korelasi .....	72
3.7.3	Analisis Koefisien Determinasi .....	73
3.8	Pengujian Hipotesis .....	75
3.8.1	Uji Simultan (Uji F) .....	75
3.8.2	Uji Parsial (Uji t) .....	76
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>80</b>
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	80
4.1.1	Sejarah Singkat PT. Putra Pelagi Perkasa Bgr .....	80
4.1.2	Visi, Misi, dan PT. Putra Pelagi Perkasa Bogor .....	81
4.1.3	Logo PT. Putra Pelagi Perkasa Bogor .....	82
4.1.4	Struktur Organisasi PT. Putra Pelagi Perkasa Bogor .....	83
4.2	Karakteristik Konsumen .....	85
4.3	Tanggapan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Harga dan Kepuasan Konsumen .....	90
4.3.1	Tanggapan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan.....	90
4.3.2	Tanggapan Konsumen Terhadap Citra Merek.....	106
4.3.3	Tanggapan Konsumen Terhadap Harga .....	115

4.3.4	Tanggapan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen .....	129
4.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	146
4.4.1	Hasil Analisis Korelasi Berganda .....	146
4.4.2	Pengujian Koefisien Regresi dan Determinasi .....	147
4.5	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen .....	150
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....		154
5.1	Kesimpulan.....	154
5.2	Saran .....	155
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		157
<b>LAMPIRAN</b>		



## DAFTAR TABEL

No	Teks	Halaman
1.1	Pertumbuhan Perusahaan Bus Antar Kota Antar Provinsi .....	3
1.2	Data Armada Pada PT. Putra Pelangi Perkasa .....	4
1.3	Daftar Perbandingan Harga Bus 2021 .....	6
1.4	Daftar Standar Bus dan Ketersediaan Fasilitas Bus PT.Putra Pelangi Perkasa .....	7
1.5	Hasil Prasurvey Kepuasan Konsumen.....	7
1.6	Hasil <i>Google Review</i> PT.Putra Pelangi Perkasa .....	9
2.1	Perbandingan Rekapitulasi Penelitian Terdahulu Dengan Rencana Penelitian .....	15
3.1	Operasionalisasi Variabel .....	53
3.2	Sampel dan Penentuan Sampel .....	59
3.3	Kriteria Uji Validitas .....	62
3.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas pelayanan .....	62
3.5	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek .....	63
3.6	Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	63
3.7	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen .....	64
3.8	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas .....	65
3.9	Kriteria Uji Reliabilitas.....	65
3.10	Hasil Uji Reliabilitas .....	66
3.11	Uji Kolmogrov-Smirnov .....	70
3.12	Hasil Uji Multikolinearitas .....	70
3.13	Kelas Interval dan Kriteria Penilaian.....	70
3.14	Rentang Skala Kelas Interval dan Nilai Interpretasi .....	71
3.15	Interpretasi Terhadap Nilai r Hasil Analisis Korelasi.....	75
4.1	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin .....	85
4.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Status.....	86
4.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia.....	86
4.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Status .....	87

4.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tigkat Pendidikan.....	87
4.5	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tigkat Pekerjaan.....	88
4.6	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan.....	88
4.7	Konsumen Berdasarkan Frekuesi Pengguna .....	89
4.8	Rekapitulasi Karakteristik Konsumen .....	89
4.9	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Fasilitas yang Ditawarkan PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor.....	91
4.10	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Karyawan PT. Putra Pelang Perkasa Bogor Berpenampilan rapi .....	91
4.11	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Bus yang Digunakan PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Selalu Nyaman .....	92
4.12	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Karyawan PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Memiliki Perhatian Kepada Konsumen.....	93
4.13	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Karyawan PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Mampu Berkomunikasi Dengan Baik.....	93
4.14	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Karyawan PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Mengerti Keinginan Konsumen .....	94
4.15	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Karyawan PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Cepat Dalam Melayani Konsumen.....	94
4.16	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Pelayanan yang Diberikan oleh PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Memuaskan.....	95
4.17	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Menepati Waktu Perjalanan Sesuai Dengan Janji .....	96
4.18	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Karyawan PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Tanggap Dalam Melayani Keluhan Konsumen.....	98
4.19	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Karyawan PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Cepat Dalam Menangani Kendala yang Dialami Oleh Konsumen .....	98
4.20	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Karyawan Cepat Tanggap Terhadap Apa yang Dibutuhkan Konsumen.....	99

4.21	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Menjamin Keamanan, Kesehatan, Kenyamanan dan Keselamatan Konsumen	99
4.22	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Karyawan PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Bersikap Ramah Dalam Menghadapi Konsumen .....	101
4.23	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Setiap Perjalanan PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Selalu Meyediakan Pelatan Obat-obatan .....	102
4.24	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Kualitas Pelayanan .....	103
4.25	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Menggunakan Jasa Transportasi PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Merasa Aman dan Cepat .....	106
4.26	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Menggunakan Jasa Transportasi PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Sesuai Dengan yang Saya Diharapkan.....	107
4.27	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Menggunakan Jasa Transportasi PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Mudah dan Cepat .....	107
4.28	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Jasa Transportasi PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Mudah Diingat dan Dikenal .....	108
4.29	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Termasuk Perusahaan Dalam Negeri.....	109
4.30	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Sebagai Solusi Untuk Menegatasi Masalah Transportasi.....	110
4.31	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Nama PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Merupakan Nama yang Mudah Diingat.....	111
4.32	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Karyawan PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Selalu Melayani Dengan Baik .....	111
4.33	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Memberikan Fasilitas Terbaik Kepada Konsumen.....	112
4.34	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Citra Merek .....	113
4.35	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Harga Tiket yang Ditentukan Oleh PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Terjangkau Oleh Semua Kalangan.....	115
4.36	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Harga Tiket yang Ditetapkan Oleh	

	PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Sesuai Kemampuan Keuangan.....	116
4.37	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Harga Tiket yang Ditawarkan Oleh PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Adalah Harga Terjangkau dan Standar .....	117
4.38	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Harga Tiket yang Ditentukan PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor .....	117
4.39	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Harga Tiket yang Ditentukan Oleh PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Sesuai Dengan Kualitas Jasa yang Disediakan ..	118
4.40	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Harga Tiket yang Ditentukan Oleh PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Bervariasi Sesuai Dengan Lokasi Tujuan .....	119
4.41	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Harga Tiket yang Ditentukan Oleh PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Sebanding Dengan Pelayanan yang Diterima ....	120
4.42	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Harga Tiket yang Ditentukan Oleh PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Memiliki Manfaat yang Lebih Besar Dibandingkan Dengan Harga Tiket Yang Dibayarkan .....	121
4.43	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Harga Tiket yang Ditentukan PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Sebanding Dengan Manfaat Jasa yang Diberikan ....	122
4.44	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Konsumen Merasakan Manfaat yang Sesuai Dengan Jumlah Harga Tiket yang Telah Dikeluarkan Ketika Melakukan Pembelian.....	123
4.45	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Konsumen Tertarik Dengan Harga Tiket Yang Ditawarkan .....	123
4.46	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Konsumen Membandingkan Harga Tiket Yang Ditawarkan Dengan Bus Lain Dengan Melakukan Pembelian.....	125
4.47	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Harga .....	126
4.48	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Puas Dengan Kecepatan Pengerjaan yang Diberikan Oleh Karyawan.....	129
4.49	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Puas Dengan Sikap Karyawan Dalam Berkomunikasi Dengan Konsumen.....	129

4.50	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Puas Dengan Pengetahuan Karyawan Tentang Bus PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor .....	130
4.51	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Bersedia Menggunakan Kembali Jasa Transportasi Dari PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor .....	131
4.53	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Puas Dengan Penampilan Karaywan PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Sehingga Anda Ingin Menggunakan Kembali Jasa Transportasi Bus.....	132
4.53	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Puas Dengan kemampuan Karyawan Dalam Memberikan Tanggapan Secara Cepat Dalam Menangani Keluhan.....	132
4.54	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Anda Bersedia Merekomendasi Jasa transportasi PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor Kepada Rekan Anda .....	134
4.55	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Nyaman Ketika Menggunakan Jasa Transportasi .....	135
4.56	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Puas Dengan Supir yang Mengendarai Bus Sehingga Anda Merasa Aman.....	136
4.57	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Kepuasan Konsumen.. ....	137
4.58	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	139
4.59	Hasil Analisis Koefisien Determinasi dan Korelasi .....	142
4.60	Hasil Uji Terhadap Koefisien Regresi Secara Simultan.....	143
4.61	Rekapitulasi Hasil Uji Terhadap Koefisien Regresi Secara Parsial.....	147

## DAFTAR GAMBAR

No	Teks	Halaman
2.1	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	50
3.1	Grafik Histogram .....	67
3.2	Grafik <i>Normal Probability Plot</i> .....	68
3.3	Grafik <i>Scatterplot</i> .....	69
3.4	Hubungan Antara Variabel Penelitian .....	72
3.5	Uji Pihak Kanan .....	79
4.1	Logo PT. Putra Pelagi Perkasa Bogor.....	82
4.2	Struktur Organisasi PT. Putra Pelagi Perkasa Bogor .....	83
4.3	Hasil Uji-t Koefisien Regresi Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) .....	144
4.4	Hasil Uji-t Koefisien Regresi Variabel Citra Merek ( $X_2$ ).....	145
4.5	Hasil Uji-t Koefisien Regresi Variabel Harga ( $X_3$ ) .....	146