

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. PUTRA PELANGI  
PERKASA TAJUR RAYA BOGOR**  
*CUSTOMER SATISFACTION BASED ON SERVICE QUALITY, BRAND  
IMAGE AND PRICE*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan citra merek dan harga baik secara simultan maupun secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor. Pengambilan sampel berjumlah 100 responden yang diambil dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria; (1) konsumen yang telah menggunakan jasa transportasi bus PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor minimal 2 kali; (2) konsumen yang cukup dewasa untuk mengisi kuesioner minimal berusia 17 tahun dengan alasan telah mampu dalam menentukan pilihan transportasi secara rasional. Kuesioner teruji dengan uji validitas, uji reliabilitas dan juga uji asumsi klasik. Hasil dari pengujian tersebut valid, reliabel, dan dapat dipakai untuk data regresi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga baik secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor. Hasil pengujian koefisien determinasi R (square) 71% sedangkan sisanya sebesar 29%. Hubungan antara kualitas pelayanan dan harga sangat kuat dengan hasil koefisien korelasi sebesar 0,843 .

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, CitraMerek, Harga, Kepuasan Konsumen

**ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze the service quality of brand image and price either simultaneously or partially on customer satisfaction at PT. Putra Pelangi Mighty Bogor. Sampling amounted to 100 respondents who were taken by purposive sampling technique with the criteria; (1) consumers who have used the bus transportation services of PT. Putra Pelangi Perkasa Bogor at least 2 times; (2) consumers who are mature enough to fill out the questionnaire are at least 17 years old on the grounds that they have been able to determine rational transportation choices. The questionnaires were tested with validity tests, reliability tests and also classical assumption tests. The results of these tests are valid, reliable, and can be used for regression data. The analytical method used in this research is descriptive and verification method with a quantitative approach. The results showed that the variables of service quality and price either simultaneously or partially had a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. Putra Pelangi Mighty Bogor. The result of testing the coefficient of determination R (square) is 71% while the rest is 29%. The relationship between service quality and price is very strong with a correlation coefficient of 0.843 .*

**Keywords:** *Service Quality, Brand Image, Price, Consumer Satisfaction.*

