

ABSTRAK

PRASSETIO KUSPARWANTO. Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Grab (dibimbing oleh RA. Nurlinda).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Grab. *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Pelayanan yang menjadi variabel independen sedangkan Kepuasan Konsumen menjadi variabel dependen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang pernah menggunakan Grab. Populasi dalam penelitian ini berada di Kecamatan Tambora, Jakarta-Barat. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Alat ukur yang digunakan adalah menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, Sedangkan *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen dan kualitas Pelayanan merupakan faktor dominan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : *Brand Image*, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

PRASSETIO KUSPARWANTO. The Influence of Brand Image, Price, and Service Quality to Grab Consumer Satisfaction (guided by RA Nurlinda).

This study aims to determine the Influence of Brand Image, Price, and Service Quality to Grab Consumer Satisfaction. Brand Image, Price, and Service Quality become independent variable while Consumer Satisfaction becomes dependent variable. The sample used in this research is 100 people who have used Grab. The population in this research is in Tambora Sub-district, Jakarta-West. The analysis method used is multiple linear regression analysis. Measuring tool used is to use validity test, reliability test, and multiple linear regression test.

The result of the research shows that Brand Image, Price, and Service Quality have an effect on to consumer's satisfaction, while Brand Image, Price, and Service Quality influence to Consumer Satisfaction and Service Quality is dominant factor to consumer satisfaction.

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