

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa *Grab Car* pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Medan Area. Jenis penelitian ini adalah asosiatif yaitu penelitian yang menghubungkan dua variabel atau lebih.

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 80 orang, dan karena populasi di bawah 100 (seratus) orang jadi penarikan sampel menggunakan sampel jenuh jadi jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 orang.

Hasil penelitian berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada pengujian regresi linear berganda membuktikan bahwa harga menunjukkan hasil dengan koefisien regresi sebesar 0.210 dan variabel kualitas pelayanan menunjukkan hasil dengan koefisien regresi sebesar 0.898 yang mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan, nilai signifikan untuk koefisien harga $0.010 < 0.05$ maka harga (X_1) signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) dan nilai signifikan untuk koefisien kualitas pelayanan $0.000 < 0.05$ maka kualitas pelayanan (X_2) signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Nilai t_{hitung} variabel harga $2.465 > 1.6648$ dan nilai signifikan $0.010 < 0.05$ dan nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan $6.623 > 1.6648$ dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ bahwa faktor-faktor harga dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai F_{hitung} $35.711 > F_{Tabel}$ 3.12 dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ bahwa faktor-faktor harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai R^2 untuk kepuasan pelanggan adalah 46.8%. Hal ini berarti 46.8% variasi kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan dan sisanya 53.2% ditentukan oleh variabel lain diluar kontribusi penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Vicky Syawali Aditya. 13.832.0095. "The Effect of Price and Service Quality towards Costumer Satisfaction of Grab Car on Students of Economy and Business Faculty in Medan Area University". Supervised by Drs. Miftahuddin, M.BA and Adelina Lubis, SE., M.Si.

The purpose of the study is to identify the effect of price and service quality towards costumer satisfaction of grab car on students of Economy and Business Faculty in Medan Area University. The method use in this study is the associate research which combining two variables or more. The study determines the population of the study are 80 respondents. Then, the study determines 80 participants as the sample size due to the total population is under 100 and utilize the saturated sampling method. The outcome of the study is in line with statistical data analysis and indicators which are based on the validity and reliability. In multiple linear regression test, the price variable (X1) indicates a regression coefficient as much as 0.210 with significance value $0.010 < 0.05$. Then, the service quality variable (X2) shows the a regression coefficient as much as 0.898 with significance value $0.000 < 0.05$. Thus, both variables are significantly influencing costumer satisfaction (Y) in partial. Moreover, after conducting the t-test, price shows that $t_{\text{value}} (2.465) > t_{\text{table}} (1.6648)$ and service quality that $t_{\text{value}} (6.623) > t_{\text{table}} (1.6648)$. Furthermore, the F-test reveals that $F_{\text{value}} (35.711) > F_{\text{table}} (3.12)$ with significance value $0.000 < 0.05$. Hence, it indicates that price and service quality simultaneously have the significance and a positive impact towards the costumer satisfaction. The (R²) value is 46.8%, it is indicates that as many 46.8% of costumer satisfaction is influenced by price and service quality. Then, a total 53.2% might be contributed by other factors.

Keywords : Price, Service Quality, and Costumer Satisfaction.