

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BARTA TRANS & TOUR DI
SURABAYA**



Oleh :

AGUNG SETYO PAMBUDI
NBI : 1211700047

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BARTA TRANS & TOUR DI
SURABAYA**



Oleh :

Agung Setyo Pambudi

NBI: 1211700047

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2021

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BARTA TRANS & TOUR DI
SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna
mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Oleh:
Agung Setyo Pambudi
NBI: 1211700047**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

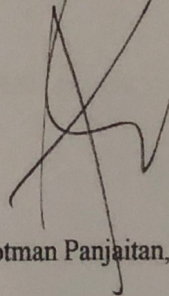
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Agung Setyo Pambudi
NBI : 1211700047
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen

Surabaya, 28 Juni 2021

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing,

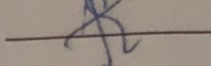
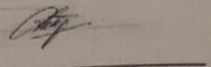
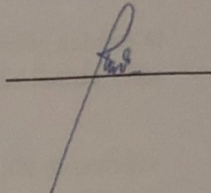


Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MT. MM

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 8 Juli, 2021.

TIM PENGUJI :

- | | | |
|--------------------------------------|-----------|--|
| 1. Dr. Ir Hotman Panjaitan, MT. MM | - Ketua |  |
| 2. Drs. Ec. Mataji, MM | - Anggota |  |
| 3. Dr. I Dewa Ketut Raka Ardiana, MM | - Anggota |  |

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertandatangan dibawah ini:

1. Nama Lengkap (KTP) : AGUNG SETYO PAMBUDI (L)
2. NBI : 1211700047
3. Fakultas : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
4. Program Studi : MANAJEMEN
5. NIK (KTP) : 3578092306990003
6. Alamat Rumah (KTP) : SEMOLOWARU NO.7A

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Barta Trans & Tour Di Surabaya

Adalah benar – benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 6 Juni, 2021

Yang Membuat,



(Agung SetyoPambudi)

LEMBAR PUBLIKASI



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agung Setyo Pambudi

NBI : 1211700047

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

Pengaruh Persepsi Harga, *Perceived Quality* dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Lava Chocodrink (Studi Kasus di Lava Chocodrink Cabang Gondang, Nganjuk)

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal :

Yang Menvatakan,



3F8ACAJX428469510
(Agung Setyo Pambudi)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya saya tujukan kepada:

1. Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MT. MM. selaku pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Seluruh staff dan karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak membantu dan mendukung saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
6. Kedua orang tua saya yang telah membesarkan, mendidik, mendukung serta memenuhi segala kebutuhan saya. Saya sangat berterima kasih atas segala yang telah diberikan untuk saya selama ini.

7. Seluruh teman – teman manajemen angkatan 2017, yang telah banyak membantu, memberi doa dan semangat dalam menjalani proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
8. Serta terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan, motivasi dan doa yang telah diberikan.

Dengan segala kelebihan dan kekurangan yang ada, saya menyadari masih banyak cacat cela dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 06 Juni, 2021

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis 1) pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Barta Trans & Tour Organizer, 2) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Barta Trans & Tour Organizer, 3) pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen Barta Trans & Tour Organizer, 4) pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen Barta Trans & Tour Organizer. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis data kuantitatif, data kuantitatif adalah data yang berupa bilangan, nilainya bisa berubah-ubah atau bersifat variatif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel atau responden melalui kuesioner. Teknik yang digunakan adalah *simple random sampling* dengan 100 responden kepuasan konsumen Barta Trans & Tour di Surabaya. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji-t dan uji-f.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, citra perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, Harga, kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Barta Trans & Tour di Surabaya.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to analyze 1) the effect of price on consumer satisfaction of Barta Trans & Tour Organizer, 2) the effect of service quality on consumer satisfaction of Barta Trans & Tour Organizer, 3) the influence of corporate image on consumer satisfaction of Barta Trans & Tour Organizer, 4) the effect of price, quality of service, and corporate image of customer satisfaction Barta Trans & Tour Organizer. the type of data used in this research is quantitative data type, quantitative data is data in the form of numbers, the value can change or be varied through scientific calculations derived from samples or respondents through questionnaires. The technique used is simple random sampling with 100 respondents of consumer satisfaction Barta Trans & Tour in Surabaya. Analysis of the data used is multiple linear regression analysis, t-test and f-test.

The results of this study indicate that the price variable has a positive and significant effect on consumer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction, brand image has a positive and significant influence on consumer satisfaction, price, service quality and brand image have a significant effect on customer satisfaction. Barta Trans & Tour in Surabaya.

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

RINGKASAN

Barta Trans & Tour adalah penyedia jasa transportasi berupa persewaan transportasi dan perjalanan wisata yang terletak pada Jalan Barata Jaya VI nomor 7, Kecamatan Gubeng Jawa Timur, 60284, Surabaya. Barta Trans & Tour penyedia transportasi mulai dari kendaraan kecil hingga kendaraan besar seperti mobil keluarga sampai bus, Barta Trans & Tour memberikan pelayanan yang terbaik dan pemberian fasilitas yang lengkap untuk pelanggannya agar pelanggan merasa puas dan melakukan penyewaan ulang serta pelanggan secara tidak langsung memberitahukan kepada kerabat atau keluarga jika ingin bepergian menggunakan jasa dari Barta Trans & Tour.

Populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen Barta Trans & Tour di Surabaya. Teknik yang digunakan adalah *simple random sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji t dan uji F.

Hasil hipotesis uji t harga berpengaruh signifikan terhadap KepuasanKonsumen Barta Trans & Tour. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, pengaruh HR terhadap KK menghasilkan nilai koefisien (*Standardized Coefficient*) positif sebesar 0,214 dan *Sig-Value* sebesar 0,006. Oleh karena *Sig-Value* (0,006) < *Sig.Tolerance* (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Barta Trans & Tour. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, pengaruh KP terhadap KK menghasilkan nilai koefisien (*Standardized Coefficient*) positif sebesar 0,421 dan *Sig-Value* sebesar 0,000. Oleh karena *Sig-Value* (0,000) < *Sig.Tolerance* (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasankonsumen terbukti signifikan. Citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap KepuasanKonsumen Barta Trans & Tour. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, pengaruh CM terhadap KK menghasilkan nilai koefisien (*Standardized Coefficient*) positif sebesar 0,335 dan *Sig-Value* sebesar 0,000. Oleh karena *Sig-Value* (0,014) < *Sig.Tolerance* (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Pengaruh citramerekterhadap kepuasankonsumen terbukti signifikan. Hasil Hipotesis uji F dapat diketahui bahwa model layak untuk dilakukan penelitian karena memiliki *Fhitung* sebesar 48,883 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ (*level of significant*), hal ini berarti menunjukkan variabel harga, kualitas pelayanan, dan citramereklayakdigunakanandalampenelitianini.

Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Saran yang berkaitan dengan penelitian ini seharusnya Harga, Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan menjadi perhatian utama perusahaan.

SUMMARY

Barta Trans & Tour is a provider of transportation services in the form of transportation rentals and tour trips located on Jalan Barata Jaya VI number 7, Gubeng District, East Java, 60284, Surabaya. Barta Trans & Tour is a transportation provider ranging from small vehicles to large vehicles such as family cars to buses, Barta Trans & Tour provides the best service and provides complete facilities for its customers so that customers feel satisfied and do re-leasing and customers indirectly notify relatives or family if you want to travel using the services of Barta Trans & Tour.

The population used is all consumers of Barta Trans & Tour in Surabaya. The technique used is simple random sampling. The data collection method used is a questionnaire. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis, validity test, and reliability test. The hypothesis test used is t test and F test.

The results of the price t test hypothesis have a significant effect on Barta Trans & Tour Consumer Satisfaction. Based on the results of hypothesis testing, the influence of HR on KK produces a positive Standardized Coefficient of 0.214 and a Sig-Value of 0.006. Because Sig-Value (0.006) < Sig.Tolerance (0.05) then Ho is rejected and Ha is accepted. Service quality has a significant effect on Barta Trans & Tour Purchase Decisions. Based on the results of hypothesis testing, the effect of KP on KK produces a positive Standardized Coefficient of 0.421 and a Sig-Value of 0.000. Because Sig-Value (0.000) < Sig.Tolerance (0.05) then Ho is rejected and Ha is accepted. The effect of service quality on customer satisfaction is proven to be significant. Brand Image has a significant effect on Barta Trans & Tour Consumer Satisfaction. Based on the results of hypothesis testing, the effect of CM on KK produces a positive Standardized Coefficient of 0.335 and a Sig-Value of 0.000. Because Sig-Value (0.014) < Sig.Tolerance (0.05) then Ho is rejected and Ha is accepted. The effect of brand image on consumer satisfaction is proven to be significant. The results of the F test hypothesis can be seen that the model is feasible for research because it has an Fcount of 48.883 with a significant level of 0.000 < 0.05 (level of significant), this means that the price, service quality, and brand image variables are feasible to be used in this study.

The conclusion in this study shows that price, service quality and brand image have an influence on consumer satisfaction. Suggestions related to this research should be Price, Service Quality and Brand Image to be the main concern of the company.

DAFTAR ISI

COVER LUAR	i
COVER DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	v
LEMBAR PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
RINGKASAN	xi
SUMMARY	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB II KAJIAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Manajemen Pemasaran	5
2.1.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	5
2.1.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran	5
2.1.2 Harga	6

2.1.2.1 Pengertian Harga	6
2.1.2.2 Strategi Penetapan Harga	6
2.1.2.3 Penetapan Harga	8
2.1.3 Kualitas Pelayanan	9
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	9
2.1.3.2 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan	9
2.1.4 Citra Perusahaan (<i>Brand Image</i>)	11
2.1.4.1 Pengertian Citra Perusahaan	11
2.1.4.2 Dimensi Citra Perusahaan	11
2.1.5 Kepuasan Konsumen	12
2.1.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	12
2.1.5.2 Pengukuran Kepuasan Konsumen	12
2.1.6 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Hubungan Antar Variabel	17
2.2.1 Hubungan Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	17
2.2.2 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	17
2.2.3 Hubungan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen	17
2.3 Kerangka Konseptual	17
2.4 Hipotesis	18
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Desain Penelitian	21
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.3 Jenis Data dan Sumber Data	21
3.3.1 Jenis data	21
3.3.2 Sumber data	21
3.4 Populasi dan Sampel	22
3.4.1 Populasi	22
3.4.2 Sampel	22

3.5 Teknik Pengumpulan Data	22
3.6 Definisi Variabel dan Operasional	23
3.6.1 Definisi Variabel.....	23
3.6.2 Definisi Operasional Variabel	24
3.7 Proses Pengelolaan Data	25
3.8 Metode Analisis Data	25
3.8.1 Uji Regresi Linier Berganda.....	25
3.8.2 Uji Kualitas Data	26
3.8.2.1 Uji Validitas.....	26
3.8.2.2 Uji Reliabilitas.....	26
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	27
3.8.3.1 Uji Normalis	27
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas.....	27
3.8.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	27
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data	27
3.9.1 Teknik Pengujian Hipotesis	27
3.9.1.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	27
3.9.1.2 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T).....	27
3.9.2 Analisis Koefisien Determinan (R ²)	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	29
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	29
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	29
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	30
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	30
4.2.2 Deskriptif Hasil Variabel Penelitian	31

4.2.2.1 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Harga.....	32
4.2.2.2 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan.....	33
4.2.2.3 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Citra Perusahaan.....	34
4.2.2.4 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen.....	35
4.3 Uji Instrumen.....	36
4.3.1 Uji Validitas.....	36
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	38
4.4 Analisis Data.....	39
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	40
4.4.2.1 Uji Normalitas.....	40
4.4.2.2 Uji Multikolinieritas.....	41
4.4.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	42
4.5 Pengujian Hipotesis.....	42
4.5.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	42
4.5.2 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T).....	43
4.5.3 Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	44
4.6 Pembahasan.....	44
4.6.1 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	44
4.6.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	45
4.6.3 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	45
4.7 Implikasi Penelitian.....	45
4.7.1 Harga.....	45

4.7.2 Kualitas Pelayanan	46
4.7.3 Citra Perusahaan	46
4.8 Keterbatasan Penelitian	46
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Simpulan	49
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	18
Gambar 4.1 Analisis Uji Grafik P-Plot	41
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	42

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	30
Tabel 4.4 Kelas Interval	31
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Harga	32
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Tanggapan Terhadap Kualitas Pelayanan	33
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Citra Perusahaan	34
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Konsumen	35
Tabel 4.9 Uji Validitas	36
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	39
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Statistik	40
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	41
Tabel 4.14 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	42
Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T)	43
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Karakteristik Responden.....	55
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	60
Lampiran 3 Kuesioner melalui Google Form.....	76
Lampiran 4 Uji Validitas.....	79
Lampiran 5 Reliability	83
Lampiran 6 Uji Regresi Linier Berganda	84
Lampiran 7 Uji Normalis	84
Lampiran 8 Uji Multikolinieritas	85
Lampiran 9 Uji Heterokedastisitas	86
Lampiran 10 Uji F.....	86
Lampiran 11 Uji T.....	87
Lampiran 12 Koefisien Determinasi (R^2).....	88
Lampiran 13 Kartu Bimbingan.....	89
Lampiran 14 Hasil Turutin.....	90