

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA MEREK, DAN PROMOSI PADA KEPUASAN PELANGGAN GO-CAR DI YOGYAKARTA

Hugo Christ Prasetyo

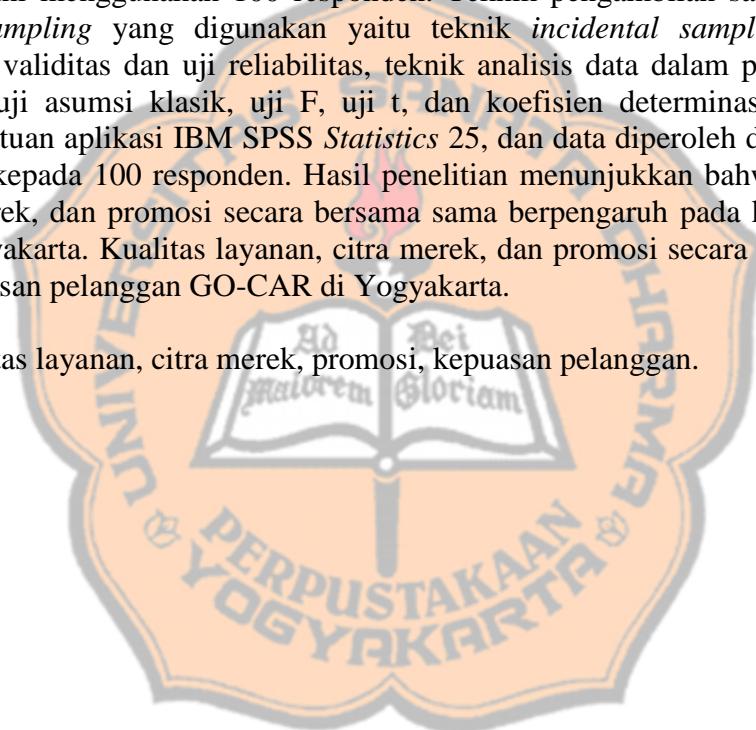
Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2019

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, citra merek, dan promosi pada kepuasan pelanggan GO-CAR di Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Mall Ambarukmo Plaza yang menggunakan layanan transportasi *online* GO-CAR. Penelitian ini menggunakan 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* yang digunakan yaitu teknik *incidental sampling*. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, teknik analisis data dalam penelitian ini regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji F, uji t, dan koefisien determinasi. teknik olah data menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS Statistics 25, dan data diperoleh dengan membagikan kuesioner *online* kepada 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, citra merek, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh pada kepuasan pelanggan GO-CAR di Yogyakarta. Kualitas layanan, citra merek, dan promosi secara parsial berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan GO-CAR di Yogyakarta.

Kata kunci: Kualitas layanan, citra merek, promosi, kepuasan pelanggan.



ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE, AND PROMOTION TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION.

Hugo Christ Prasetyo
Sanata Dharma Universiy
Yogyakarta
2019

This research aims to determine the influence of service quality, brand image, and promotion towards customer satisfaction. The population in this research is all Ambarukmo Mall visitors who used GO-CAR transportation services. Data was obtained by distributing online questionnaires to 100 respondents. The sampling technique used nonprobability sampling namely incidental sampling. The instrument test used a validity test and a reliability test. The result showed that the variables of service quality, brand image, and promotion simultaneously and partially influenced satisfaction of GO-CAR customers in Yogyakarta.

Key word : Service quality, brand image, promotion, customer satisfaction.

