

## ABSTRAK

**Agung Eka Putra (1148020011) Judul: “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online (GRAB)”**

Jasa transportasi yang berbasis aplikasi online menyediakan pelayanan untuk membantu masyarakat melakukan rutinitas dalam meningkatkan efisiensi dan mobilitas yang padat. Banyak jasa transportasi online yang memberikan pelayanan yang baik untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam hal ini tingkat kepuasan konsumen merupakan aspek yang sangat penting untuk kemajuan dan perkembangan perusahaan jasa transportasi online Grab. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen Kotler (2009), perusahaan dapat memberikan promosi Kotler dan Kaller (2009:172) dan pelayanan Kotler (2011) yang berkualitas sehingga konsumen merasa puas terhadap jasa yang diberikan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen transportasi online Grab pada Mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2) untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen transportasi online Grab pada Mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung (3) untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi dan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap kepuasan konsumen transportasi online pada Mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dengan instrumen penelitian berupa kuesioner. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* dengan jumlah sample 100 responden. Uji validitas instrumen menggunakan korelasi person sedangkan uji realibilitas menggunakan taraf ukur menurut Ghazali (2009:98).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada transportasi online Grab pada mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung dibuktikan dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,005$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,905 lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu 1,984. (2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen transportasi online Grab pada mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung dibuktikan dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,005$  dan nilai  $t_{hitung}$  7,171 lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu 1,984. (3) Promosi dan Kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen transportasi online Grab pada mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar  $0,00 < 0,005$  dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 73,603 lebih besar dari  $F_{tabel}$  yaitu 3,94.

**Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen**