

## ABSTRAK

**Annisa Nurhasinta. 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Jasa Transportasi Grab di Wilayah Kabupaten Ciamis”.**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya permasalahan mengenai kepuasan pelanggan pada PT. Grab Indonesia di wilayah Kabupaten Ciamis, dimana masih ada beberapa konsumen yang belum merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan. Hal ini diduga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan driver PT Grab Indonesia di wilayah Kabupaten Ciamis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh secara langsung dan tidak langsung dari kualitas pelayanan (Tjiptono, 2012) sebagai variabel bebas, dan kepuasan pelanggan (Richard L.Oliver) sebagai variabel terikat.dengan objek penelitian di wilayah Kabupaten Ciamis.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, asosiatif dan verivikatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data dengan wawancara dan penyebaran angket kuesioner yang dibagikan kepada pengguna Grab di wilayah Kabupaten Ciamis. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, teknik analisis data regresi berganda dan uji hipotesis dengan bantuan software statistik SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan *Tangible* (Bukti Fisik) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung 12,965 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . *Reliability* (kehandalan) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan t hitung 1,101 dan nilai signifikansi  $0,274 > 0,05$ . *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuasan pelanggan dengan t hitung 2,677 dan nilai signifikansi  $0,009 < 0,05$ . *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen organisasi dengan t hitung - 3,293 dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . *Emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan t hitung 4,668 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Variabel Kualitas Pelayanan meliputi tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan hal ini bisa dilihat dari nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  dengan nilai F hitung sebesar 66,765 yang lebih besar dari F tabel. Dan beta tertinggi dari semua variabel yaitu pada dimensi Tangible atau Bukti Fisik, sehingga variabel *tangible* memiliki variabel yang paling dominan disbanding variabel yang lain. Penelitian ini memperoleh Rsquare sebesar 78% pengaruh varaibel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti oleh peneliti.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan (Bukti fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Perhatian), Kepuasan Pelanggan**

## ABSTRACT

**Annisa Nurhasinta. 2021. "The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Grab Transportation Service Business in the Ciamis Regency Area".**

*This research is motivated by the existence of problems regarding customer satisfaction at PT. Grab Indonesia in the Ciamis Regency area, where there are still some consumers who are not satisfied with the services that have been provided. This is allegedly influenced by the quality of service for PT Grab Indonesia drivers in the Ciamis Regency area.*

*This study aims to examine and analyze the direct and indirect effects of service quality (Tjiptono, 2012) as the independent variable, and customer satisfaction (Richard L.Oliver) as the dependent variable. The object of this research is Ciamis Regency.*

*The research method used is descriptive, associative and verification methods with a quantitative approach. The sampling technique used is non-probability sampling with a total sample of 100 respondents. The method of collecting data is by interviewing and distributing questionnaires which are distributed to Grab users in the Ciamis Regency area. The data obtained were analyzed using validity test, reliability test, classical assumption test, multiple regression data analysis techniques and hypothesis testing with the help of statistical software SPSS version 25.*

*The results showed that Tangible (Physical Evidence) had a significant effect on customer satisfaction with a t value of 12,965 and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Reliability (reliability) has no significant effect on customer satisfaction with a t count of 1.101 and a significance value of  $0.274 > 0.05$ . Responsiveness has a positive and significant effect on customer satisfaction with a t count of 2.677 and a significance value of  $0.009 < 0.05$ . Assurance has a positive and significant effect on organizational commitment with t count -3.293 and a significance value of  $0.001 < 0.05$ . Empathy has a positive and significant effect on customer satisfaction with a t count of 4.668 and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Service quality variables including tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy simultaneously affect customer satisfaction, this can be seen from the significance value of  $0.00 < 0.05$  with the calculated F value of 66,765 which is greater than the F table. And the highest beta of all variables is on the Tangible dimension or Physical Evidence, so that the tangibe variable has the most dominant variable compared to other variables. This study obtained an Rsquare of 78% the effect of service quality on customer satisfaction, and the rest was influenced by other variables that were not examined by the researcher.*

**Keywords: Service Quality (Physical Evidence, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Attention), Customer Satisfaction**