

## ABSTRAK

# ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN JASA SERVIS DITINJAU DARI KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN CITRA PERUSAHAAN PADA PT PLAZA TOYOTA PEMUDA

Oleh

**Dwi Dyah Larasati**

**NIM: 1721013**

**Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif**

Dalam upaya menghadapi persaingan di industri otomotif dan tetap bertahan perusahaan harus dapat menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan secara maksimal. PT Plaza Toyota Pemuda merupakan salah satu dealer resmi Toyota bergerak dibidang 3S (*Sales, Service, dan Sparepart*) yang menghadapi tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggannya. Perusahaan harus dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan membuat beberapa perbaikan dan inovasi yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan jasa servis pada PT Plaza Toyota Pemuda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner. Sampel pada penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan servis di PT Plaza Toyota Pemuda Tahun 2024. Sampel dipilih menggunakan teknik *nonprobability sampling*, metode purposive sampling dan rumus slovin sehingga menghasilkan 100 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa servis  $t_{hitung} 2.866 > t_{tabel} 1.984$ , harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa servis  $t_{hitung} 5.298 > t_{tabel} 1.984$ , citra perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa servis  $t_{hitung} 10.573 > t_{tabel} 1.984$ , serta kualitas pelayanan, harga, dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa servis  $F_{hitung} 116.722 > F_{tabel} 3.10$ .

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Perusahaan, Kepuasan Pelanggan**