

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN,  
HARGA, DAN PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA TRANSPORTASI  
ANGKUTAN TRANSJAKARTA**



**Disusun oleh:**

**Roma Frima Uly Sibarani**

**1721200501**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG  
PALEMBANG  
2023**

# UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG

---

Program Studi Manajemen  
Skripsi Sarjana Ekonomi  
Semester Gasal Tahun 2022/2023

## **PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TRANSPORTASI ANGKUTAN TRANSJAKARTA**

**Roma Frima**

**1721200501**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Persepsi Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Transportasi Angkutan Transjakarta. Transjakarta merupakan salah satu transportasi yang banyak digunakan oleh masyarakat Jakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 170 dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria pengguna angkutan Transjakarta. Dalam penelitian ini, menggunakan teknik analisis linear berganda untuk menguji hipotesis dan pengolahan data menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Harga, Persepsi Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Transjakarta. Secara simultan menunjukkan bahwa ada pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Harga, Persepsi Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan Transjakarta.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Harga, Persepsi Pelanggan, Kepuasan Pelanggan.



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Transportasi darat sendiri lahir dari dampak adanya revolusi industri yang melanda di Eropa ke tanah jajahan, salah satunya ke Hindia Belanda. Imbas dari proses transfer teknologi tersebut membuat banyak aspek kehidupan di Hindia Belanda mulai menggunakan mesin, tak terkecuali sistem transportasi (Iqbal dan Agus, 2021).

Pelayanan pada bidang transportasi sangatlah penting untuk masyarakat karena hal tersebut merupakan salah satu yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari guna dapat melakukan aktivitasnya serta keperluan. DKI Jakarta adalah kota dengan tingkat kemajuan yang sangat tinggi menyebabkan adanya berbagai permasalahan perkotaan, kemacetan merupakan salah satunya yang dibarengi dengan pembangunan infrastruktur yang berjalan sangat lamban serta kurang disiplinnya pengguna kendaraan dalam mengendarai kendaraannya (Mulia Indah, 2022).

Prasarana transportasi berperan penting dalam mendorong laju pertumbuhan dan perkembangan suatu wilayah/kota, baik di sektor ekonomi, pendidikan, pariwisata dan lain sebagainya. Suatu wilayah atau kota tidak didukung dengan sarana prasarana transportasi yang baik pada umumnya memiliki tingkat perkembangan yang lambat.

Kebutuhan akan pelayanan jasa transportasi yang nyaman dan aman serta berkualitas kini menjadi tuntutan bagi masyarakat di Ibukota Jakarta, dilihat dari ketidaknyamanan transportasi umum lainnya seperti angkutan perkotaan yang masih marak dengan tindak kriminalitas yang menimbulkan rasa takut masyarakat. Perubahan yang terjadi dalam masyarakat saat ini telah mendorong perkembangan dan peningkatan bidang jasa pelayanan baik yang dijalankan oleh pemerintah ataupun swasta.

Semakin tinggi tingkat mobilitas penduduk suatu negara, semakin tinggi tingkat kebutuhan akan jasa. Pengguna jasa semakin meningkat setiap tahunnya, salah satu bidang jasa yang meningkat jumlah penggunaannya yaitu jasa transportasi. Jakarta merupakan kota yang identik dengan masalah kemacetan. Pada dasarnya kemacetan disebabkan oleh banyaknya masyarakat yang menggunakan kendaraan pribadi. Tujuan utama perusahaan penyedia jasa adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat sehingga masyarakat sebagai konsumen merasa puas (Ayu dan Endah 2018).

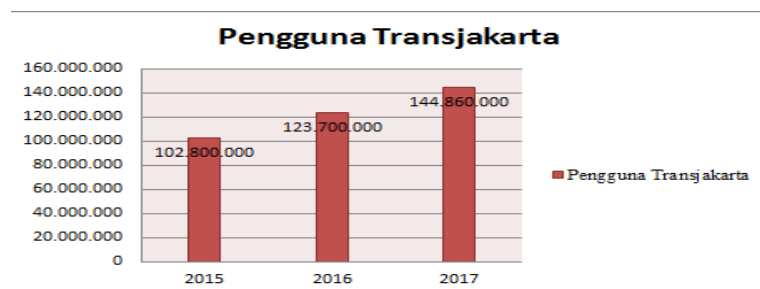
Pertumbuhan kendaraan bermotor di Jakarta antara tahun 2002-2004 sekitar 22.3% menurut Kusmayanto. Pemerintah harus mengembangkan kebijakan transportasi yang komprehensif dengan didukung riset yang kredibel, termasuk riset dan pengembangan teknologi serta manajemen transportasi di perkotaan. *Busway* dan monorel tentu saja merupakan langkah awal yang baik (Kompas, 2021).

Jakarta merupakan kota besar dengan aktivitas yang padat dan mobilitasnya tinggi, berdasarkan data BPS tahun 2018 penduduk Jakarta

sebanyak 10.300.000 jiwa, namun aktivitasnya orang di Jakarta melebihi dari Jumlah penduduknya, hal ini disebabkan banyaknya penduduk dari luar DKI Jakarta yang bekerja di Jakarta. Para pekerja di DKI Jakarta sebanyak 23% menggunakan transportasi umum. Moda transportasi umum yang beroperasi di DKI Jakarta adalah salah satunya Transjakarta (Ni Luh, 2018).

Berkaca dari banyaknya permasalahan lalu lintas salah satunya yaitu kemacetan di Jakarta yang banyak diwarnai oleh pengendara motor, Gubernur DKI Jakarta Sutiyoso membuat suatu kebijakan pembangunan Transjakarta dengan harapan menjadi titik awal dari perombakan total sistem angkutan umum dalam bingkai transportasi mikro.

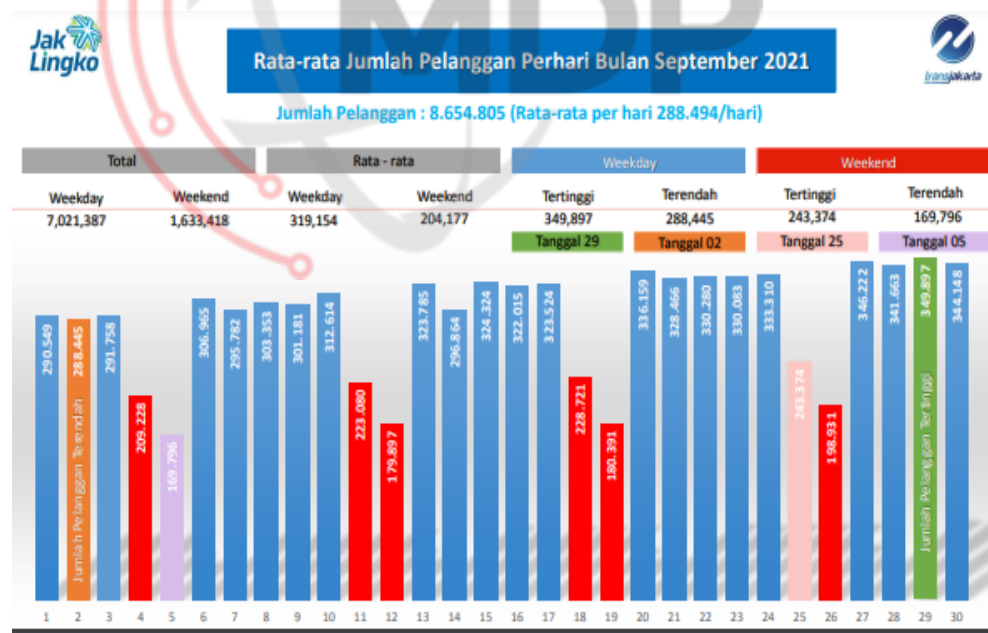
Berdasarkan meningkatnya kebutuhan masyarakat perkotaan akan transportasi umum, pemerintah DKI Jakarta menyediakan Transjakarta sebagai salah satu pilihan alternatif transportasi umum yang nyaman, cepat dan harga yang terjangkau. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan jumlah pengguna Transjakarta setiap tahunnya yaitu pada tahun 2015 jumlah pengguna Transjakarta 102,8 juta orang, lalu pada tahun 2016 bertambah 20% menjadi 123,7 juta pada tahun 2017 meningkat sebanyak 50% mencapai 144,86 juta orang. Dapat dilihat pada gambar 1.1 dibawah ini, yaitu:



Sumber: [www.republika.co.id](http://www.republika.co.id), 2018

### Gambar 1.1 Jumlah Penumpang Transjakarta tahun 2015- 2017

Transjakarta adalah sebuah sistem transportasi *Bus Rapid Transit* (BRT) pertama di Asia Tenggara dan Selatan dengan jalur lintasan terpanjang di dunia (208 km). Pada 27 Maret 2014 Transjakarta berubah status menjadi bentuk Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dan resmi berganti nama menjadi PT Transportasi Jakarta. Rencana pembukaan layanan koridor-koridor baru terus berjalan, inovasi-inovasi pun diluncurkan demi kenyamanan para pelanggan. Transjakarta *Cares* diresmikan saat peluncuran 116 bus di Balai Kota dan Monas. Transjakarta *Cares* resmi beroperasi per 20 September 2016. Layanan ini dapat digunakan secara gratis bagi penyandang disabilitas yang berlokasi di DKI Jakarta (Transjakarta, 2016).



Sumber: [www.ppid.transjakarta.co.id](http://www.ppid.transjakarta.co.id), 2021

**Gambar 1.2 Rata-Rata Jumlah Pelanggan Perhari**

Salah satu penyebab meningkatnya jumlah penumpang Transjakarta karena adanya suatu fenomena kemacetan akibat banyak pembangunan infrastruktur di jalanan Jakarta yang belum selesai, masyarakat perkotaan lebih memilih untuk menggunakan transportasi umum karena dinilai lebih praktis dan ekonomis (CNN Indonesia 2021). Transjakarta memiliki jalur serta halte khusus, fasilitas bus yang nyaman dengan harga yang relatif murah dan kapasitas angkut lebih banyak. Selain itu, Transjakarta mengoperasikan bus berwarna merah muda yang dikategorikan khusus untuk penumpang wanita.

Dengan fasilitas yang dimilikinya, PT Transportasi Jakarta menjamin pelanggannya akan mendapatkan pengalaman dan kepuasan yang lebih, sesuai dengan Motto perusahaan yaitu “Berani Berubah”. Saat ini, PT Transportasi Jakarta/Transjakarta dituntut agar dapat terus bersaing dan mengeluarkan inovasi-inovasi terbaru agar kelangsungan hidup perusahaan lebih terarah kedepannya sehingga, Transjakarta harus memberikan sebuah citra merek yang baik, kualitas pelayanan yang bermutu, persepsi pelanggan yang baik dan harga yang bersaing dengan *competitor* (Transjakarta, 2016).

Sesuai dengan berkembangnya zaman, persaingan dalam dunia jasa transportasi semakin meningkat. Dengan bertambahnya pesaing dan meningkatnya keinginan pelanggan, serta memenuhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi kunci utama keberhasilan dalam suatu usaha. Ketersediaan sarana transportasi darat yang memadai di suatu daerah sangat mempengaruhi perkembangan perekonomian daerah tersebut. Menurut Schnaars dalam Rumapea dan Satriawan (2017), pada dasarnya tujuan dari



suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas setelah menggunakan produk atau jasa.

Citra merek juga mempunyai peluang untuk mencapai kepuasan pelanggan. Dengan adanya sarana transportasi yang telah di bentuk oleh Pemerintah, maka citra merek dari Transjakarta adalah pilihan sarana transportasi yang banyak dipilih masyarakat sebagai moda transportasi berpergian. Citra merek yang baik menimbulkan Persepsi produk berkualitas sehingga pelanggan memaafkan suatu kesalahan meskipun tidak untuk kesalahan selanjutnya, kualitas pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan, harga yang sesuai, dan persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa tersebut. Citra Merek menurut Sukatendel dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:112), berpendapat bahwa Citra Merek itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif. Jika pelanggan memiliki Citra Merek yang baik terhadap suatu jasa atau produk maka akan terus menerus menggunakannya.

Kualitas Pelayanan adalah kegiatan antara karyawan dan pelanggan terhadap hal-hal dalam penyediaan pelayanan terhadap hal-hal dalam penyediaan pelayanan sebagai penyelesaian masalah pelanggan dan bagaimana perusahaan meningkatkan pelayanan secara professional (Anggraini & Setyanto, 2019:474).

Menurut Basu Swastha dalam (Siti dan Imam, 2020) harga merupakan sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalua mungkin) yang dibutuhkan untuk menambahkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Menurut Siti Nurhalimah, dkk (2018) harga merupakan nilai (biasa dinyatakan dengan uang) yang harus dikorbankan untuk dapat memiliki, menggunakan atau mengkonsumsi suatu barang dan jasa guna mendapatkan kepuasan.

Persepsi pelanggan merupakan proses yang dilakukan oleh seseorang untuk memilih, mengatur, menafsirkan masukan informasi yang diterima guna untuk menciptakan suatu gambaran dunia yang memiliki arti (Vivi Wahana, 2019). Melalui persepsi pelanggan, maka perusahaan dapat memperkaya dan menghadirkan lebih banyak kemungkinan untuk kemajuan bisnis

Kepuasan pelanggan merupakan suatu konsep yang telah lama dikenal dalam teori dan aplikasi pemasaran, kepuasan pelanggan menjadi salah satu tujuan esensial bagi suatu perusahaan, dipandang sebagai indikator terbaik untuk meraih laba di masa yang akan datang, dan menjadi tolak ukur untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Hasan, 2017). Dengan adanya kepuasan pelanggan, maka pelanggan akan lebih loyal kepada perusahaan, sebaliknya jika pelanggan tidak mendapatkan kepuasan maka akan pindah ke perusahaan lain.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Agung, Suneni dan Ika (2019) menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek Merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil Penelitian Aribah dan Tatik (2019) menyimpulkan bahwa persepsi nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dan

simultan. Hasil Penelitian Shintia (2016) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan Citra Merek merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek *online*. Hasil penelitian Ajeng (2013) menyimpulkan bahwa Persepsi nilai pelanggan dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan fenomena, latar belakang, dan penelitian terdahulu maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kepuasan pelanggan dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas pelayanan, Harga, dan Persepsi Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Transportasi Transjakarta”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Persepsi Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Transportasi Transjakarta secara parsial?
2. Bagaimana Pengaruh Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Persepsi Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Transportasi Transjakarta secara simultan?

## 1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk melakukan penelitian maka ruang lingkup yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Variabel yang dibahas dalam penelitian adalah Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Persepsi Pelanggan Responden dari penelitian ini adalah konsumen potensial yang pernah menggunakan armada Transjakarta secara langsung.
2. Waktu yang digunakan peneliti untuk meneliti dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya izin penelitian dan dalam kurun waktu kurang lebih 2 bulan.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Persepsi Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Transportasi Transjakarta Jakarta secara parsial.
2. Untuk menganalisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Persepsi Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Transportasi Transjakarta secara simultan.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut :

1. Bagi Akademik

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan, sekaligus dapat menerapkan teori-teori dan konsep yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang diperoleh dari perkuliahan, khususnya mengenai Citra Merek, Pelayanan, Harga, dan Persepsi Pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan yang bermanfaat bagi perusahaan jasa Transjakarta dalam menjalankan strategi pemasaran produknya dengan baik, khususnya mengenai Citra Merek, Pelayanan, Harga, dan Persepsi Pelanggan.

## 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan menjadi acuan bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian selanjutnya.

### 1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika pada penelitian ini terdiri dari beberapa bab meliputi :

#### BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

#### BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang landasan teori, penelitian sebelumnya, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

### BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini membahas pendekatan penelitian, objek/subjek penelitian, teknik pengambilan sampel, jenis data, teknik pengumpulan data, definisi operasional, serta teknik analisis data.

### BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil pengolahan terhadap datayang berkaiian dengan masalah yang sedang diteliti. Terdiri dari gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian, serta pembahasan penelitian.

### BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas mengenai kesimpulan serta saran yang akan diberikan oleh penulis.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agung Kresnamurti, dkk, 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab
- Ajeng, dkk, 2018. Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus pada Penumpang KA Semarang.
- Aribah, 2019. Persepsi Nilai dan Kualitas Hubungan Terhadap CCB Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan pada Transportasi *Online* Grab di Surabaya
- Ayu Wahyuningsih, dkk. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Pengaruh Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Umum Transjakarta (Studi Kasus pada Mahasiswa Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta
- Dr. Sudaryono, 2014. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran, Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia
- Enos Korowa, dkk, 2018. Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen Studi Kasus *Freshmart* Bahu Manado
- Fahrudin. 2018. Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya terhadap Minat Penggunaan Ulang (Studi Kasus Konsuen Go-Jek di Jakarta Selatan)
- Fandy Tjiptono, 2019. *Service, Quality and Customer Satisfaction* Edisi 5
- Fitri Wahyuni, dkk. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen
- Freddy Rangkuti, 2021. *Measuring Customer Satisfaction*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Gilbert dan Bella, 2015, h. 27. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
- Gina, dkk 2018. Pengaruh Citra Merk, Harga, Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kereta Api
- Heni dan Nisa. 2018. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.



- Husni dan Citra. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan
- Iqbal dan Agus Trilaksana, 2021. Perkebangan Transportasi Darat (BUS) di Probolinggo Tahun 1933-1956
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management Global Edition* 15 e, *E-Book*, England : Pearson Educational Limited
- Nia dan Rudi, 2021. Analisis Kepuasan Konsumen PT Hawaii *Holiday* Pekanbaru
- Nisrina Kamila, dkk, 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Setelah Layanan Haji dan Umrah di Buka Kembali pada Masa Pandemi *Covid-19* Studi Kasus: EBAD *Wisata Tour and Travel* Surabaya.
- Mulia Indah, Mas Halimah, Bonti. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Transjakarta pada Koridor 7 (KP. Rambutan – KP. Melayu)
- Prof. Dr. Basu dan Dr T. Hani, 2018. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen, Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Prof.J. Supranto, 2021. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Jakarta: Rineka Cipta
- RR Sari, dkk, (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Layanan Gojek Indonesia pada Kategori Go-food
- Rissa Mustika dan Prihartono, 2021. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.
- Riyadin, 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Studi Kasus pada Desa Pekalongan)
- Santoso, M., & Zamzam, F. (2019). Loyalitas nasabah pada bank perkreditan rakyat wilayah cirebon (1st ed.). Yogyakarta: Deepublish.
- Siti, Imam, (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT Gojek).

Sonia, Winata, 2017. Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Transportasi *Online* Grab di Manado

Stefani, dkk, 2020. Pengaruh Harga, Kualitas pelayanan dan Loyalitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Transportasi Gojek

Suci Dian Permatasari, 2019. *The Effect of Service Quality, Price, Brand Image, and Promotion to Customer Satisfaction Users of Transportation Services Ojek Online*

Sujarweni, V. Wiratna. 2019. ANALISIS LAPORAN KEUANGAN Teori, Aplikasi, dan Hasil Penelitian. Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS.

Suri Amilia dan M. Oloan. 2018. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa

Tjiptono, Fandy, 2015. Strategi Pemasaran Edisi 4, Andi. Yogyakarta

William, Tiurniari Purba. 2020. Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Mazda di Kota Batam

[www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)

[www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com)

[www.kompas tv.co.id](http://www.kompas tv.co.id)

[www.ppid.transjakarta.co.id](http://www.ppid.transjakarta.co.id)

[www.republika.co.id](http://www.republika.co.id)

[www.transjakarta.co.id](http://www.transjakarta.co.id)

*Yusepaldo Pasharibu, 2018. Price, Service Quality and Trust on online transportation towards customer satisfaction*

Yusuf, dkk, 2021. Peningkatan Keputusan Pembelian Melalui *Celebrity Endorsement* , Kualitas Produk dan Citra Merek.