

## ABSTRAK

### **Soraya Arapenta Sinulingga (15510383) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Penumpang Citilink Indonesia Branch Medan**

Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dapat dinilai dari sejauh mana perusahaan tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan lebih baik. Dengan kata lain perusahaan mendapatkan kepuasan pelanggan sebagai bentuk kesuksesan di bidang usaha yang dia tawarkan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang pada Citilink Indonesia Branch Office Medan, Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan penumpang pada Citilink Indonesia Branch Office Medan, Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan penumpang pada Citilink Indonesia Branch Office Medan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis data kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut dengan alat uji korelasi *product moment* dan korelasi berganda tetapi dalam praktiknya pengolahan data penelitian ini tidak diolah secara manual, namun menggunakan *software* statistik SPSS. Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikansi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berdasarkan uji t diperoleh sebesar  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,637 > 1,66$ ) (Sig  $0.001 < \alpha 0.05$ ). dengan demikian  $H_0$  ditolak. kesimpulannya : ada pengaruh nyata kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikansi Produk berdasarkan uji t diperoleh sebesar  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,555 > 1,66$ ) (Sig  $0.000 < \alpha 0.05$ ) dengan demikian  $H_0$  ditolak kesimpulannya : ada pengaruh signifikan produk terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin bersaing produk yang ditetapkan oleh perusahaan, maka volume kepuasan konsumen produk perusahaan akan semakin meningkat. Berdasarkan hasil uji F diatas diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sebesar ( $17,678 > 3,13$ ) (Sig.  $0.000 < \alpha 0.05$ ) dengan demikian  $H_0$  ditolak kesimpulannya : ada pengaruh signifikan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa apabila perusahaan dapat meningkatkan harga dengan produk yang terjangkau oleh konsumen maka konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut dan akan menyebabkan volume kepuasan konsumen produk akan meningkat.

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