

## ABSTRAK

Pada saat ini industri jasa transportasi taksi semakin marak di Indonesia khususnya di kota Bandung. Dalam penelitian ini PT. Putra Transport Nusantara sebagai objek penelitian yang merupakan perusahaan penyedia jasa transportasi taksi Kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu perusahaan dalam mempertahankan eksistensinya di pasar, dan dengan semakin tingginya tingkat persaingan. Dengan memperhatikan aspek ini diharapkan perusahaan terus meningkatkan kualitas jasa, yang pada akhirnya akan meningkatkan keuntungan perusahaan. Oleh karena itu sangatlah penting untuk mengetahui penilaian konsumen atas kualitas jasa yang diberikan dan mengetahui faktor kualitas jasa yang dianggap penting oleh konsumen, tetapi belum baik dalam pelaksanaannya.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif dimana metode yang memberikan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan korelasi antara variabel yang diteliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder, dimana data primer didapatkan secara langsung dari responden penelitian yaitu dengan menyebarkan kuesioner, wawancara dan pengamatan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber-sumber lain atau literature-literatur yang berkaitan dengan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen taksi Putra di kota Bandung dan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Convenience sampling*, yaitu metode penetapan sampel berdasarkan kebetulan, anggota populasi yang ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden dijadikan sampel. namun dalam penelitian ini memiliki 100 responden.

Berdasarkan hasil jawaban responden, dapat disimpulkan bahwa penilaian setiap sub variabel dalam kualitas jasa memiliki nilai yang dominan berkisar antara 67% sampai dengan 69%, namun terdapat sub variabel kehandalan (*reliability*) dan bukti langsung (*tangibles*) yang memiliki nilai terendah masing – masing sebesar 67,12% dan 67,62% dan nilai tertinggi dalam sub variabel kualitas jasa yaitu jaminan (*assurance*) dengan nilai sebesar 69,91%. Dan nilai rata – rata dari keseluruhan hasil variabel kualitas jasa sebesar 68,63% sehingga termasuk kedalam kategori baik. Sedangkan untuk nilai rata – rata dari keseluruhan hasil variabel kepuasan konsumen terhadap taksi Putra sebesar 68,5% yang berarti termasuk kategori baik, dan nilai tertinggi dalam variabel kepuasan konsumen dimiliki oleh sub variabel keluhan dengan nilai sebesar 70,5%. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada taksi Putra dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 8,191 lebih besar dari  $t_{tabel}$  2,3 . Maka disimpulkan bahwa variabel kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada taksi Putra. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa variabel kualitas jasa mempunyai pengaruh kepada kepuasan konsumen taksi Putra sebesar 0,406 atau sebesar 40,6% dan sisanya 59,4% menunjukkan bahwa terdapat faktor – faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis menyarankan PT. Putra Transport Nusantara harus meningkatkan kualitas jasa terutama dalam segi kehandalan dan bukti langsung yang dapat dirasakan oleh konsumen

**Kata Kunci : Kualitas Jasa, Kepuasan Konsumen**

## ABSTRACT

At the moment the taxi transportation service industries increasingly widespread in Indonesia, especially in Bandung. In this study PT. Putra Transport Nusantara as the research object is taxi transportation services company Customer satisfaction is one key to a company's success in maintaining its presence in the market, and with the increasing levels of competition. By paying attention to this aspect of the company is expected to continue to improve the quality of services, which in turn will increase the company's profits. It is therefore important to know consumers' assessment of the quality of services provided and determine service quality factors that are important to consumers, but not both in its implementation.

In this study the method used is descriptive method which gives an overview of methods in a systematic, factual and accurate information on the facts and the correlation between the variables studied. Data collection techniques used consists of primary and secondary data, where primary data obtained directly from survey respondents is by distributing questionnaires, interviews and observations. While the secondary data obtained from other sources or literature-literature related to the research. The population in this study is that consumers Putra taxi in the Bandung and in this study using Convenience sampling technique, the method of determination of the sample by chance, met members of the population who are willing to become a researcher and respondents were sampled. but in this study had 100 respondents.

Based on the answers of the respondents , it can be concluded that the assessment of each sub- variable in the quality of services has a dominant values ranged from 67 % to 69 %, but there are sub variable reliability (reliability ) and direct evidence ( tangibles ) which has the lowest value of each - amounting to 67.12 % and 67.62 %, and the highest score in the sub variables of service quality is the guarantee (assurance ) with a value of 69.91 %. And value - average of the overall results of variable quality services at 68.63 % thus included in both categories. As for value - average of overall customer satisfaction with the outcome variable Putra taxi of 68.5 %, which means either category, and the highest rated in customer satisfaction variables owned by a complaint sub variable with a value of 70.5 %. Based on the results of hypothesis testing shows that the quality of services and a significant positive effect on customer satisfaction in the Putra taxi  $t_{hitung}$  value of 8.191 is greater than 2.3  $t_{tabel}$ . It was concluded that the variable quality of services and significant positive effect on customer satisfaction ( Y ) on the Putra Taxi. Based on the coefficient of determination obtained that service quality variables have an influence on customer satisfaction Putra taxi of 0.406 or 40.6% and the remaining 59.4% shows that there are factors - other factors affecting consumer satisfaction.

Based on the study results, the authors suggest PT. Putra Nusantara Transport should improve the quality of care, especially in terms of reliability and direct evidence that can be perceived by consumers

**Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction**