



**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, PENETAPAN HARGA
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN**

(Studi Kasus di Kursus Mengemudi Private Kota Malang)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh:

ADIM MUIZAH HIDAYATI

NPM.218.01.09.2.058



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
MALANG
2022**



RINGKASAN

Adim Muizah Hidayati, 2022, **Pengaruh Citra Perusahaan, Penetapan Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan** (Studi kasus di Kursus Mengemudi Private Kota Malang), Dosen Pembimbing I : Dr. Siti Saroh, M.Si, Dosen Pembimbing II : Daris Zunaida S.AB., M.AB.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Perusahaan, Penetapan Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Jenis penelitian adalah kuantitatif. Metode yang digunakan adalah pembagian kuesioner, wawancara, observasi dan dokumentasi. Jumlah sampel yang digunakan 88 orang menggunakan metode linier berganda.

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan sebelumnya, secara parsial menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dibuktikan dengan taraf signifikan $0,934 > 0,050$ dan juga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,083 < 1,992$). Variabel penetapan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dibuktikan dengan taraf signifikan $0,007 < 0,050$ dan juga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,759 > 1,992$). Kemudian untuk variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dibuktikan dengan taraf signifikan $0,000 < 0,050$ dan juga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,368 > 1,992$). Berdasarkan hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan, penetapan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dibuktikan dengan taraf signifikan $0,000 < 0,050$ dan juga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($77,153 > 2,712$).

SUMMARY

*Adim Muizah Hidayati, 2022, **The Effect of Company Image, Pricing, and Service Quality on Customer Satisfaction** (Case Study on Kursus Mengemudi Private Malang City), Supervisor I : Dr. Siti Saroh, M.Si, Supervisor II : Daris Zunaida S.AB., M.AB.*

This study aims to determine the effect of Company Image, Pricing, and Service Quality on Customer Satisfaction. This type of research is quantit. The method used is the distribution of questionnaires, interviews, observation and documentation. The number of samples used by 88 people using multiple linier method.

Based on the results of tests that have been carried out before, partially it shows that the company image does not significantly influence on customer satisfaction. This is evidenced by the significant level $0,934 > 0,050$ and also $t_{count} < t_{table}$ ($0,083 < 1,992$). Pricing variable has a significant effect on customer satisfaction. This is evidenced by a significant level of $0,007 < 0,050$ and also $t_{count} > t_{table}$ ($2,759 > 1,992$) then for the service quality has a significant effect on customer satisfaction. This is evidenced by the significant level of $0,000 < 0,050$ and also $t_{count} < t_{table}$ ($8,368 > 1,992$). Based on the simultaneous test result, it shows that the variables of company image, pricing, and service quality have a significant effect on customer satisfaction. This is evidenced by a significant level of $0,000 < 0,050$ and also $F_{count} > F_{table}$ ($77,153 > 2,712$).





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini sektor teknologi telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Teknologi adalah sesuatu yang diciptakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Salah satu jenis teknologi yang perkembangannya sangat dibutuhkan oleh manusia adalah teknologi transportasi. Transportasi merupakan salah satu tulang punggung kebutuhan paling penting dalam menunjang berjalannya berbagai aktivitas dengan baik. Hal ini tentu sangat berkaitan dengan aktivitas ekonomi, sosial, budaya dan sebagainya dalam kerangka perekonomian nasional, regional, maupun internasional.

Seiring dengan adanya Pandemi *Covid-19* yang menyebabkan kecemasan masyarakat di Indonesia, mengakibatkan sebagian besar masyarakat lebih memilih menggunakan kendaraan pribadi daripada transportasi umum. Hal ini sesuai dengan kebijakan pemerintah untuk menangani pandemi *Covid-19* di Indonesia sejak awal tahun 2021 yaitu memberlakukan pembatasan sosial yang meluas di berbagai wilayah di Indonesia. Penggunaan kendaraan pribadi diyakini lebih aman dan menekan laju peningkatan kasus *Covid-19*. Kondisi inilah yang menjadi pemicu meningkatnya penggunaan kendaraan pribadi baik roda dua maupun roda empat.

Namun, penggunaan kendaraan pribadi ini tidak diimbangi dengan kemampuan yang mumpuni dari seorang pengendara. Berkendara tidak hanya terbatas dalam mengendalikan kendarannya, tetapi pengendara harus benar-benar paham dengan kendaraan yang digunakannya. Kecakapan dalam mematuhi rambu

dan membaca kondisi pengemudi lain menjadi hal penting untuk meminimalisir terjadinya kecelakaan yang dapat merugikan diri sendiri maupun orang lain. Kemampuan seorang pengemudi sebenarnya sudah diatur melalui kepemilikan Surat Izin Mengemudi (SIM). Berdasarkan website resmi Kepolisian Republik Indonesia www.polri.go.id/sim, Surat Izin Mengemudi (SIM) adalah bukti registrasi dan identifikasi yang diberikan oleh Polri kepada seseorang yang telah memenuhi persyaratan administrasi, sehat jasmani dan rohani, memahami peraturan lalu lintas dan terampil mengemudikan kendaraan bermotor.

Kenyataannya pada saat ini masih banyak pengemudi yang belum sadar akan pentingnya memiliki kemampuan dan memenuhi persyaratan dalam berkendara. Beberapa pengendara bahkan tidak memiliki SIM, tidak menggunakan perlengkapan wajib saat berkendara, tidak mematuhi rambu-rambu lalu lintas, bahkan pengendara masih dibawah umur.

Melalui fenomena ini, persaingan bisnis yang besar mulai tercipta, banyak perusahaan transportasi berusaha menghasilkan produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kebutuhan masyarakat ini salah satunya adalah kebutuhan layanan jasa. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:266) jasa adalah semua kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tak berwujud (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Perusahaan jasa harus membidik segmentasi pasar yang akan dituju, karena bisnis jasa sangat kompleks, dan memiliki banyak elemen yang menjadi pengaruh utama seperti sistem organisasi, lingkungan fisik, kontak personal, iklan, tagihan dan pembayaran, komentar dari mulut ke mulut dan sebagainya. Maka sangat penting bagi

perusahaan untuk melakukan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan, karena perusahaan jasa adalah perusahaan yang memberikan pelayanan yang dapat dirasakan oleh pelanggan secara langsung sehingga pelanggan dapat langsung mengekspresikan kepuasan maupun ketidak puasannya. Kotler dan Keller (2010:50) juga menambahkan harapan pelanggan membentuk ekspektasi jasa dari banyak sumber, seperti pengalaman masa lalu, berita dari mulut ke mulut, dan iklan. Secara umum pelanggan membandingkan jasa anggapan dengan jasa yang diharapkan.

Salah satu layanan jasa yang semakin berkembang di Kota Malang adalah layanan kursus mengemudi. Kursus Mengemudi Private adalah lembaga khusus untuk membantu pelanggan dalam mengemudi kendaraan. Didirikan pada tahun 2007. Kursus Mengemudi Private berhasil berkembang dengan pesat dan memiliki cabang yang ada di beberapa kota dan kabupaten di Jawa Timur. Di Kota Malang, Kursus Mengemudi Private tersebar di beberapa tempat yaitu, berada di Jl. Mayjend Panjaitan 30 A, Jl. Mayjend Wiyono No.1, Jl. Hasyim Ashari No. 30 Kasin, Jl. A. Yani No. 28, Jl. Raya Singosari 71 dan Jl. A. Yani No 72 Kepanjen. Sementara itu beberapa kota lain di Jawa Timur yaitu Jember, Madiun, Lumajang, Caruban dan Ponorogo. Penelitian ini dilakukan di kantor Kursus Mengemudi Private di Kota Malang yang terdiri dari 5 kantor cabang tersebut.

Upaya untuk mempertahankan perusahaan dan bersaing dengan kursus-kursus baru yang tumbuh di Kota Malang, perusahaan berusaha melakukan perbaikan dari segala aspek yang ada sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan, dan dituntut untuk dapat memberikan citra perusahaan yang baik. Citra

perusahaan memegang peranan penting bagi masyarakat dalam memilih layanan jasa kursus mengemudi. Menurut Kotler dan Keller (2012:274) citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek. Gregory (2011:63) juga menyatakan bahwa citra perusahaan merupakan kombinasi dampak terhadap *observer* dari semua komponen-komponen verbal maupun visual perusahaan baik yang direncanakan ataupun tidak dari pengaruh eksternal lainnya. Dapat disimpulkan bahwa citra adalah *image* yang terbangun di masyarakat tentang baik atau buruknya suatu perusahaan.

Selain citra perusahaan, penetapan harga juga merupakan hal yang penting dalam kepuasan pelanggan. Harga merupakan sesuatu yang menjadi pertimbangan paling penting sebelum pelanggan memutuskan untuk menggunakan suatu produk atau jasa. Terdapat beberapa paket harga yang ditawarkan kepada pelanggan yaitu paket pemula manual, paket pemula matic, paket mix (manual dan matic), dan paket tuntas mahir. Serta terdapat pula diskon-diskon yang diberikan pada event tertentu seperti kemerdekaan 17 Agustus dengan diskon 17%.

Tabel 1

Daftar Harga Kursus Mengemudi Private, Natuna, Aziz dan Lancar 28

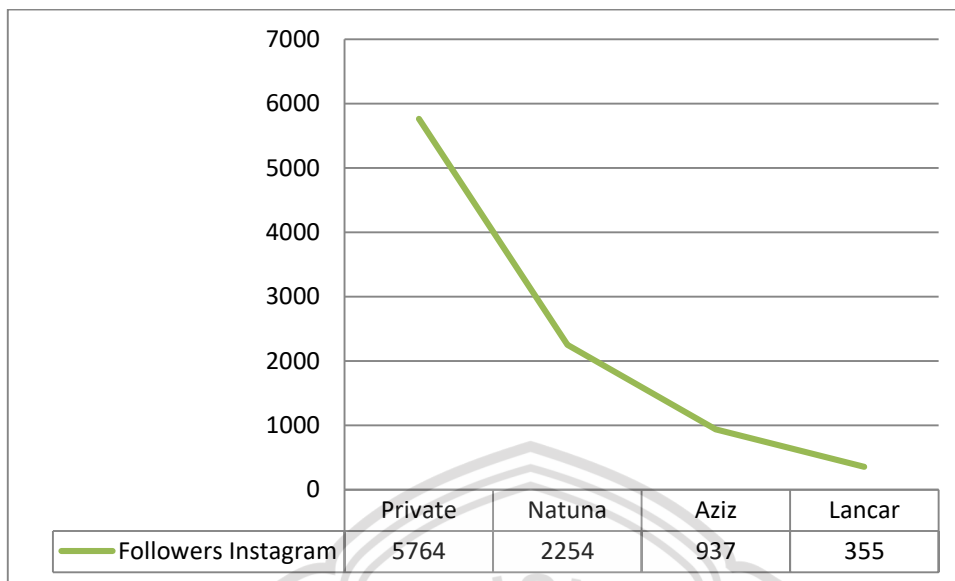
<u>Nama Paket</u>	<u>Private</u>	<u>Natuna</u>	<u>Aziz</u>	<u>Lancar 28</u>
<u>Paket Manual</u>				
12 x 45 <u>menit</u>	Rp 745.000		Rp 750.000	Rp 798.000
10 x 45 <u>menit</u>	Rp 645.000	Rp 650.000	Rp 625.000	Rp 638.000
8 x 45 <u>menit</u>	Rp 575.000		Rp 500.000	Rp 500.000
6 x 45 <u>menit</u>	Rp 475.000		Rp 375.000	Rp 375.000
4 x 45			Rp 250.000	Rp 250.000
<u>Paket Matic</u>				
12 x 45 <u>menit</u>			Rp 750.000	Rp 868.000
10 x 45 <u>menit</u>	Rp 725.000	Rp 725.000	Rp 625.000	Rp 718.000
8 x 45 <u>menit</u>	Rp 625.000		Rp 500.000	Rp 560.000
6 x 45 <u>menit</u>	Rp 525.000		Rp 375.000	Rp 420.000
4 x 45 <u>menit</u>	Rp 425.000		Rp 250.000	Rp 280.000
<u>Paket Mix</u>				
12 x 45 <u>menit</u>	Rp 825.000	Rp 825.000		

Sumber : Admin Kursus Mengemudi Private, Natuna, Aziz, dan Lancar 28, 2022

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa harga yang ditetapkan Kursus Mengemudi Private bersaing dengan beberapa kursus mengemudi lain di Kota Malang seperti Natuna, Aziz, dan Lancar 28. Beberapa paket memiliki harga lebih tinggi dengan durasi belajar yang sama yaitu seperti paket matic 10 x 45 menit yang berarti dalam satu kali pertemuan dilaksanakan 2 x 45 menit, sehingga jika disimpulkan durasi paket belajar adalah 5 kali pertemuan dengan waktu 90 menit, dengan harga Rp. 725.000.

Meskipun memiliki harga yang lebih tinggi, Kursus Mengemudi Private telah berhasil menjadi lembaga kursus yang memiliki nama besar di masyarakat Kota Malang. Salah satu keunggulannya adalah adanya garansi tambahan 1 kali pertemuan jika pelanggan merasa kecewa tanpa menanyakan alasannya kepada pelanggan dan tetap melayani pelanggan di hari Minggu dan hari besar lainnya. Selain itu, Kursus Mengemudi Private telah banyak dipercaya oleh lembaga resmi pemerintahan seperti latihan mengemudi anggota Satpol PP Kota Malang dan anggota TNI. Keunggulan lainnya adalah rutin melaksanakan gathering tahunan dan melakukan tour ke tempat wisata bersama pelanggan Kursus Mengemudi Private.

Hingga saat ini Kursus mengemudi private mengalami perkembangan yang sangat pesat selama beberapa tahun terakhir. Terbukti dengan bertumbuhnya *follower* Instagram dimana pada sekarang ini Instagram merupakan media sosial dengan pengguna sangat banyak.



Gambar 1 Data Followers Instagram Kursus Mengemudi Private

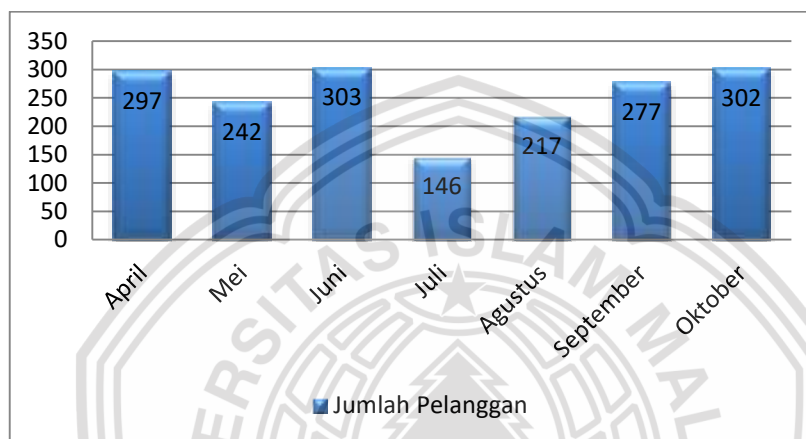
Sumber : Instagram Private, Natuna, Aziz, Lancar, Januari 2022

Pada diagram diatas, menunjukkan bahwa Kursus Mengemudi Private memiliki nilai pengikut Instagram lebih tinggi daripada kursus mengemudi lainnya di Kota Malang yaitu mencapai 5.764 orang. Pengikut Instagram ini digunakan oleh calon pelanggan sebagai bahan pertimbangan untuk memilih jasa kursus yang akan dipilih.

Data tersebut merupakan bukti bahwa Kursus Mengemudi Private di Kota Malang telah berkembang dan memiliki citra yang baik sehingga dalam upaya untuk mempertahankan perusahaan menambah fasilitas mobil yang digunakan. Saat ini mobil yang dioperasikan adalah sepuluh mobil, terdiri dari beberapa merek. Mobil manual yang tersedia yaitu mobil Avanza, Calya dan Mobilio. Sementara untuk mobil matic terdapat Xenia, Innova, dan Brio. Penambahan fasilitas mobil ini merupakan bentuk dari pemenuhan dari permintaan pelanggan yang tinggi. Selain itu dalam melakukan perbaikan layanan dan fasilitas yang ada, salah satu bangunan

kantor yaitu kantor pusat kursus mengemudi yang berada di Jl. Mayjend Panjaitan 30A mengalami beberapa kali renovasi untuk memberikan tempat yang lebih layak kepada pelanggan.

Berikut adalah data pelanggan Kursus Mengemudi Private pada tujuh bulan terakhir:



Gambar 2 Jumlah Pelanggan Periode April - Oktober

Sumber : HRD, April – Oktober 2021

Diagram diatas diperoleh dari menjumlah pelanggan dari lima kantor cabang di Kota Malang dan satu melalui pendaftaran online website setiap bulan, hasilnya pada bulan April, Mei dan Juni jumlah pendaftar mengalami naik turun, sedangkan pada bulan Juli pelanggan berada pada jumlah terendah dengan 146 jumlah pelanggan, dan bulan selanjutnya mengalami kenaikan yang cukup signifikan sampai pada bulan Oktober 2021. Hal ini merupakan bentuk dari kepercayaan pelanggan akan Kursus Mengemudi Private dalam membangun citra perusahaan yang baik dan dapat bersaing, penetapan harga yang sesuai dengan masyarakat dan perbaikan layanan yang terus ditingkatkan.

Sementara itu definisi kualitas layanan menurut Tjiptono (2012:157) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dalam hal ini perusahaan perlu memahami proses yang saling berhubungan satu sama lain dalam memberikan layanan yang berkualitas kepada pelanggan. Saat ini terdapat 12 karyawan yang bertugas sebagai instruktur, dimana setiap instruktur baru akan mendapatkan training terlebih dahulu selama 5 sampai 7 hari untuk lebih siap dalam mengajari pelanggan. Permasalahan yang sering terjadi tentang pelayanan ini adalah seringkali pelanggan merasa tidak cocok dengan instruktur yang mengajar sehingga pelanggan meminta untuk mengganti instruktur pengajar.

Pelanggan akan diberikan lembar monitoring berisi materi. Lembar tersebut harus selalu dibawa dan ditanda tangani oleh instruktur maupun pelanggan. Selain itu lembar tersebut digunakan sebagai bukti materi praktek yang telah diajarkan oleh instruktur. Kursus Mengemudi Private juga memberikan banyak keunggulan. Pertama, bebas BBM, yaitu berapapun habisnya BBM, biaya BBM akan tetap ditanggung oleh perusahaan sehingga instruktur bisa leluasa dalam mengajari siswa. Kedua, siswa bebas memilih mobil yang akan digunakan. Tersedia dua pilihan yaitu mobil manual dan matic serta beberapa merk yang dapat dipilih siswa. Ketiga, jadwal belajar yang fleksibel sesuai dengan waktu yang dimiliki oleh siswa. Keempat, semua siswa mendapatkan jaminan pelayanan terbaik, apabila siswa merasa kurang puas dengan pembelajarannya maka perusahaan akan memberikan gratis dua kali belajar tambahan langsung tanpa menanyakan alasannya kepada

siswa. Kelima, durasi pembelajaran diberikan secara utuh, dan terakhir gratis biaya penjemputan bagi siswa yang lokasi rumahnya jauh dari kantor kursus.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan pengamatan penulis setelah melihat bahwa selama ini karyawan atau perusahaan tidak secara tertulis mendapatkan *feedback* dari pelanggan tentang apakah pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan. Peneliti juga melihat bahwa Kursus Mengemudi Private mengalami banyak perkembangan daripada tahun sebelumnya. Maka berdasarkan hal tersebut peneliti ingin mengetahui apakah perkembangan perusahaan ini merupakan dampak dari sanggupnya perusahaan dalam memuaskan pelanggan, dan apakah kepuasan pelanggan ini dipengaruhi oleh citra perusahaan saat ini, harga yang ditawarkan dan kualitas pelayanannya.

Hubungan antara citra perusahaan, penetapan harga, dan kualitas layanan telah diteliti oleh peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Dwi Liza Maimunah (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan” menunjukkan bahwa pelayanan, harga, dan citra perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Tirtawangi Jaya Perkasa. Hal ini berarti semakin baik citra perusahaan yang terbentuk di masyarakat akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Begitu pula jika diimbangi dengan harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan tentu akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan dari permasalahan yang ada, peneliti tertarik untuk meneliti serta mengkaji lebih dalam ke dalam skripsi yang berjudul “**Pengaruh Citra**

Perusahaan, Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus di Kursus Mengemudi Private Kota Malang)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara citra perusahaan dengan kepuasan pelanggan Kursus Mengemudi Private?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara penetapan harga dengan kepuasan pelanggan Kursus Mengemudi Private?
3. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan Kursus Mengemudi Private?
4. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara citra perusahaan, penetapan harga, kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan Kursus Mengemudi Private?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk:

1. Mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan Kursus Mengemudi Private
2. Mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan Kursus Mengemudi Private

3. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kursus Mengemudi Private
4. Mengetahui pengaruh citra perusahaan, penetapan harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kursus Mengemudi Private

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, dengan melakukan penelitian ini peneliti diharapkan mampu untuk menambah wawasan dan belajar tentang penerapan teori yang tepat yang didapatkan selama perkuliahan terutama yang sesuai dengan judul penelitian yang dilakukan.
2. Bagi perusahaan, dapat mengetahui faktor-faktor yang perlu diperbaiki oleh Kursus Mengemudi Private sehingga perusahaan dapat lebih meningkatkan citra perusahaan melalui kualitas pelayanan dan harga yang tepat sehingga bisa meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Bagi pembaca, hasil penelitian ini sebagai referensi dan informasi bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian mengenai kepuasan pelanggan.

E. Sistematika Pembahasan:

Sistematika pembahasan disusun untuk mempermudah penelitian terdiri dari beberapa sub bab yang saling berkaitan, yaitu sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini mendeskripsikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian tentang teori penelitian, uraian penelitian yang dilakukan oleh penulis terdahulu, kerangka atau landasan teori yang relevan dan kerangka berfikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

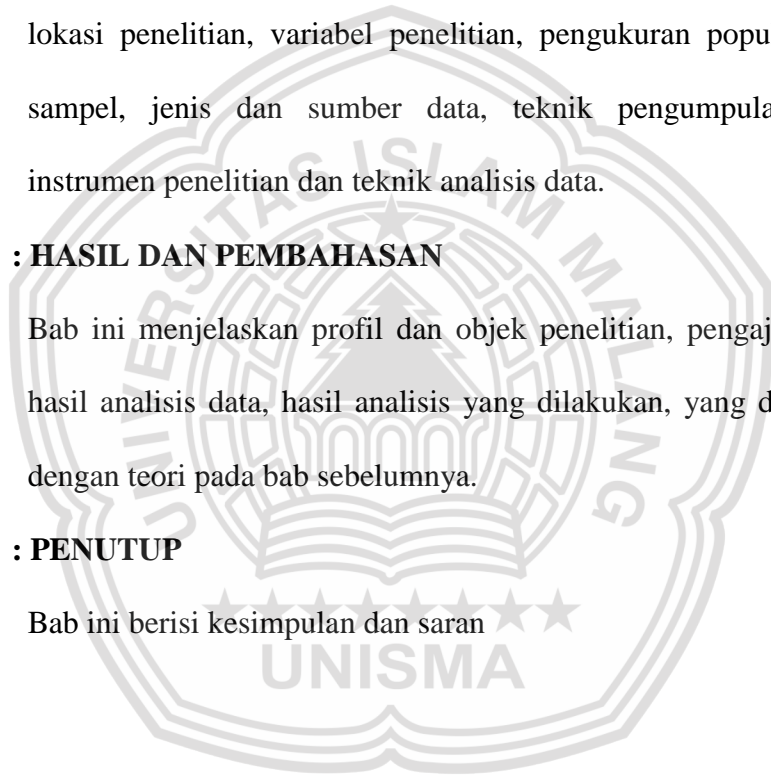
Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan, lokasi penelitian, variabel penelitian, pengukuran populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan profil dan objek penelitian, pengajuan dan hasil analisis data, hasil analisis yang dilakukan, yang dikaitkan dengan teori pada bab sebelumnya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran





BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Citra Perusahaan, Penetapan Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di Kursus Mengemudi Private Kota Malang) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis uji t (parsial) dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel citra perusahaan berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig yang diperoleh $0,934 > 0,050$ dan juga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,083 < 1,992$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Citra Perusahaan berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Kursus Mengemudi Private Kota Malang. Selain itu, berdasarkan distribusi jawaban responden terkait pernyataan citra perusahaan, nilai tinggi diperoleh pada pernyataan X1.4 dengan jumlah 46 responden atau 52,3% yang berarti bahwa pelanggan percaya Kursus Mengemudi Private peduli terhadap privasi identitas pelanggan. Selain itu, jawaban responden dengan rata-rata tertinggi yaitu pada item X1.4 yaitu “saya percaya bahwa kursus mengemudi private peduli terhadap privasi identitas pelanggan”. Maka Kursus Mengemudi Private menganggap bahwa menjaga privasi identitas pelanggan berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Berdasarkan hasil analisis uji t (parsial) dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel penetapan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan

pelanggan dengan nilai sig yang diperoleh $0,007 < 0,050$ dan juga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,759 > 1,992$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Penetapan Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Kursus Mengemudi Private Kota Malang. Selain itu, berdasarkan distribusi jawaban responden terkait pernyataan penetapan harga, nilai tinggi diperoleh pada pernyataan X2.5 dengan jumlah 48 responden atau 37,5% yang berarti bahwa pelanggan merasa bahwa harga yang ditawarkan Kursus Mengemudi Private mempengaruhi pengambilan keputusan.

3. Berdasarkan hasil analisis uji t (parsial) dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai sig yang diperoleh $0,000 < 0,050$ dan juga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,368 > 1,992$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Kursus Mengemudi Private Kota Malang. Selain itu, berdasarkan distribusi jawaban responden terkait pernyataan penetapan harga, nilai tinggi diperoleh pada pernyataan X3.11 dengan jumlah 49 responden atau 55,7% yang berarti bahwa pelanggan merasa instruktur bersedia menjawab pertanyaan.
4. Berdasarkan hasil uji simultan dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel citra perusahaan, penetapan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dan signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian Uji F didapat nilai taraf signifikan $0,000 < 0,050$ dan juga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($77,153 > 2,712$). Hal ini dibuktikan jika citra perusahaan, penetapan harga dan kualitas

pelayanan Kursus Mengemudi Private dijalankan secara bersama dan saling berkaitan dengan baik maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan Kursus Mengemudi Private Kota Malang
 - a. Berdasarkan hasil distribusi frekuensi pada variabel Citra Perusahaan item pernyataan X1.3 “Kursus Mengemudi Private memiliki nama besar yang positif dimata pelanggan” dengan nilai rata-rata 4,32 memiliki nilai rata-rata terendah dibanding item indikator citra perusahaan lainnya. Dalam hal ini meskipun citra suatu perusahaan tersebut baik, kepuasan pelanggan tidak akan tercapai apabila tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Perusahaan perlu untuk meningkatkan keamanan privasi pelanggan, dan memenuhi tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dengan mengadakan amal atau penggalangan dana yang hasilnya dapat bermanfaat bagi sekolah atau badan amal setempat. Kegiatan tersebut dapat menjadi teknik pemasaran yang baik, karena masyarakat diundang kedalam bisnis, memiliki pengalaman yang baik, dan melihat perusahaan secara positif.
 - b. Berdasarkan hasil distribusi frekuensi pada variabel Penetapan Harga item pernyataan X2.1 “Harga yang ditawarkan Kursus Mengemudi Private terjangkau” dengan nilai rata-rata 3,98 memiliki nilai rata-rata terendah dibanding item indikator penetapan harga lainnya. Berdasarkan hal tersebut perusahaan perlu untuk lebih memperhatikan harga yang ditetapkannya, dengan melakukan survey secara berkala kepada pelanggan

dan juga penetapan harga dari kursus mengemudi lain di Kota Malang, serta memastikan bahwa harga yang ditetapkan sesuai dengan apa yang akan didapatkan oleh pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai, seperti melakukan repeat order kepada Kursus Mengemudi Private ketika belum mahir atau merekomendasikan perusahaan kepada teman atau keluarga.

- c. Berdasarkan hasil distribusi frekuensi pada variabel Kualitas Pelayanan item pernyataan X3.1 “Ruang kantor Kursus Mengemudi Private terlihat bersih” dengan nilai rata-rata 4,22 memiliki nilai rata-rata terendah dibanding item indikator kualitas pelayanan yang lainnya. Berdasarkan hal tersebut, penulis melihat bahwa kantor kursus mengemudi private tersebar di beberapa titik di Kota Malang, beberapa kantor terlihat kurang terawat karena berada di bangunan lama. Maka penulis menyarankan agar tidak hanya kantor pusat saja yang diperbaiki dan dibersihkan tetapi tetap harus memperhatikan kantor cabang lainnya, karena pelanggan akan merasa nyaman jika kantor yang didatangi dalam kondisi bersih dan terawat serta pentingnya kesadaran admin yang bertugas agar selalu membersihkan kantor dengan baik.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya penulis berharap dapat melakukan penelitian dengan tema serupa dengan objek yang berbeda dan menambahkan variabel-variabel lain yang berkaitan erat secara teori terhadap kepuasan pelanggan.



DAFTAR PUSTAKA

- (t.thn.). *Kepolisian Republik Indonesia*, Dipetik Oktober 2021 dari <https://www.polri.go.id/sim>.
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Emilia, S. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus Pasien Rumah Sakit Annisa Pekanbaru). *JOM FISIP Vol.6 Edisi 1*, 3.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P. (1993). *Marketing Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1994). *Dasar-dasar Pemasaran Edisi 6 Jilid 2*. Jakarta: CV Intermedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. *Dasar-dasar Pemasaran Principles of Marketing 7e Jilid 1*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & G. A. (1994). *Dasar-dasar Pemasaran Edisi 6 Jilid 2*. Jakarta: CV Intermedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Penerbit ERLANGGA.
- Kursus Mengemudi Private. (t.thn.). Dipetik Oktober 2021 dari <https://kursusmengemudiprivate.com/>.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maimunah, D. L. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.

- Musnaini, Suyoto, Y. T., Handayani, W., & Jihadi, M. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Koto Baru: CV Insan Cendekia Mandiri.
- Mutmainnah. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* , Vol.10.
- Permatasari, S. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Sinar Mentari Abadi Logistik. *Skripsi* .
- Pratama, E. A. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab di Surabaya Melalui Kepuasan sebagai Variabel Mediasi. *Artikel Ilmiah* .
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Jember: Zifatama Publisher.
- Shirley, H. (1995). *Marketers Guide To Public Relations*. New York: John Willy and Son.
- Siregar, M. K. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima* .
- Subantoro, B. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Surabaya. *Jurnal Ilmiah dan Riset Manajemen* .
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Tandjung, J. W. (2004). *Marketing Strategy in the Indonesia Setting*. Surabaya: SPiRIT.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Triana, D. (2019). Pengaruh Kualitas Jasa, Harga dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal EBBANK - Vol.10 No. 1* .
- Umam, K. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Penumpang GOJEK Kota Tegal). *Skripsi* .
- Zuhro, A. D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Skripsi* .





University of Islam Malang
REPOSITORY



© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id