**ABSTRAK**

Yusuf Andriady Setiawan / 26150275 /2019 / Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan GrabCar di Jakarta Utara / Pembimbing: Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Di era globalisasi ini, orang-orang di negara-negara metropolitan memiliki waktu yang sibuk, orang-orang membutuhkan segalanya secara instan seperti trasportasi, Ini didukung oleh perkembangan teknologi yang pesat. Smartphone adalah teknologi yang cukup banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Grab adalah layanan transportasi online yang dapat diakses menggunakan aplikasi Grab melalui smartphone. Grab dijalankan oleh driver yang berafiliasi dengan mitra Grab. Saat ini kita memiliki banyak transportasi *online* yang serupa dengan Grab. Tidak ingin ketinggalan, Grab juga menyediakan layanan yang disebut GrabCar. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan GrabCar di Jakarta Utara.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi beserta indikator kualitas layanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan.

Objek penelitian ini adalah Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan GrabCar. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode komunikasi dan pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *judgment sampling*. Oleh karena itu, kuesioner dibagikan menggunakan Google Documents dengan 165 responden yang menggunakan layanan GrabCar. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model menggunakan aplikasi SPSS 23.0. Output dari SPSS 23.0 menunjukkan bahwa kualitas layanan dan persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan GrabCar di Jakarta Utara.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan persepsi harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan