# ABSTRAK

Lydia / 79150047 / 2019 / Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi GRAB di Jabodetabek / Pembimbing: Dr. Ir. Abdullah Rakhman, M.M.

Perkembangan zaman yang makin pesat, semakin hari manusia semakin kreatif dan inovatif menciptakan bisnis baru, terutama bisnis yang menyediakan jasa transportasi. Pada tiga tahun belakangan ini, Indonesia dimasuki bisnis *online* jenis baru berbasis aplikasi *mobile smartphone* seperti Grab, Go-Jek, JegerTaksi, BlueJek dan lainnya. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi GRAB.

Kualitas pelayanan adalah penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu pelayanan. Terdapat lima unsur yang menentukan kualitas jasa, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 2003). Penelitian ini menggunakan lima variabel independen yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empatidengan satu variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Dimensi bukti fisik memiliki tiga indikator, dimensi keandalan memiliki tiga indikator, dimensi daya tanggap memiliki dua indikator, dimensi jaminan memiliki empat indikator, dan dimensi empati memiliki tiga indikator.

## Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah masyarakat JABODETABEK yang pernah menjadi pengguna jasa transportasi Grab. Data ini dikumpulkan dengan teknik komunikasi dengan menggunakan *google form* yang dapat di sebarkan melalui media sosial. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sample* dengan pendekatan *purposive sampling*. Besarnya sampel yang ditetapkan adalah 158 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t dan uji F serta koefisien determinasi.

Berdasarkan analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator-indikator pada pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi heteroskedastisitas dan multikolinieritas.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bukti fisik, keandalan, jaminan dan empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Tetapi daya tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.