

## ABSTRAK

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Brand Image*, dan Harga Terhadap Terhadap Kepuasan Pelanggan MRT Jakarta**

Hilmy Mudzakir 1) Dr. Dede Sulaeman, S.E., M.M., CMA. 2)

1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

2) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, *brand image* dan harga terhadap kepuasan pelanggan MRT Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form* ke pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan moda transportasi MRT Jakarta di Jakarta yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti (*unknowns population*), sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 116 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Alat analisis yang digunakan dengan menggunakan software SPSS versi 26. Berdasarkan hasil dari penelitian diketahui variabel kualitas pelayanan (x1) berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan (y). Variabel *brand image* (x2) secara parsial variabel *brand image* tidak berpengaruh secara terhadap variabel kepuasan pelanggan. Variabel harga (x3) secara parsial variabel harga tidak berpengaruh secara terhadap variabel kepuasan pelanggan.

**Kata kunci: Kualitas Pelayanan, *Brand Image*, Harga Dan Kepuasan Pelanggan**