

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA APLIKASI PosAja! Di WILAYAH BANDUNG TIMUR KOTA BANDUNG

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen serta menganalisis pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pengguna aplikasi PosAja! di wilayah Bandung Timur Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna aplikasi PosAja! yang memenuhi kriteria sebagai responden penelitian. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis secara parsial dan simultan dengan bantuan IBM SPSS Statistics. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek berada pada kategori baik, sedangkan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen berada pada kategori sangat baik. Secara parsial, Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Secara simultan, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pengguna aplikasi PosAja!. Dengan demikian, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan merupakan faktor yang berperan dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen pengguna aplikasi PosAja!.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, PosAja!

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION OF PosAja! APPLICATION USERS IN THE EAST BANDUNG AREA BANDUNG CITY

This study aims to determine the description of Brand Image, Service Quality, and Consumer Satisfaction and to analyze the effect of Brand Image and Service Quality on Consumer Satisfaction among PosAja! application users in the East Bandung area of Bandung City. This study employed a quantitative method with a descriptive and verificative approach. The data were collected through questionnaires distributed to PosAja! application users who met the criteria as research respondents. The data analysis techniques included descriptive analysis, validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis, as well as partial and simultaneous hypothesis testing using IBM SPSS Statistics. The results showed that Brand Image was categorized as good, while Service Quality and Consumer Satisfaction were categorized as very good. Partially, Brand Image had a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. Service Quality also had a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. Simultaneously, Brand Image and Service Quality had a significant effect on Consumer Satisfaction among PosAja! application users. Thus, Brand Image and Service Quality are factors that play a role in increasing Consumer Satisfaction among PosAja! application users.

Keywords: Brand Image, Service Quality, Consumer Satisfaction, PosAja!