

**Judul Penelitian : Pengaruh *Customer Satisfaction*, *Corporate Reputation*, Dan *Brand Satisfaction* Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pada PT. Putra Handayani Trans Nganjuk**

Dosen Pembimbing I : Ahmad Jauhari, S.Sos.,M.M  
Dosen Pembimbing II : Beny Mahyudi Saputra, S.E.,MM

Nama Mahasiswa : Bagus Anggoro Putro  
NPM : 20130210287

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer satisfaction*, *corporate reputation*, dan *brand satisfaction* terhadap keputusan pengguna jasa pada PT. Putra Handayani Trans Nganjuk. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada pengguna armada bus PT. PHD Trans dan dihitung menggunakan aplikasi SPSS Versi 25. Teknik analisis data yang digunakan antara lain Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, dan Uji Koefisien Determinasi  $R^2$ . Pada Uji Validitas diketahui bahwa seluruh item pertanyaan ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan Y) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga masing-masing variabel dinyatakan valid. Kemudian pada Uji Reliabilitas masing-masing variabel dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Alpha Cronbach's*  $> 0,60$ . Kemudian pada Uji t diketahui bahwa variabel *customer satisfaction* ( $X_1$ ), *corporate reputation* ( $X_2$ ), dan *brand satisfaction* ( $X_3$ ) memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga ketiga variabel tersebut secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna jasa bus. Lalu pada Uji F menunjukkan bahwa hasil nilai signifikansinya  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa *customer satisfaction*, *corporate reputation*, dan *brand satisfaction* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pengguna jasa pada PT. Putra Handayani Trans Nganjuk.

**Kata Kunci : *Customer Satisfaction*, *Corporate Reputation*, *Brand Satisfaction*, Keputusan Pengguna Jasa**

## DAFTAR ISI

|                                           |             |
|-------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL .....</b>               | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                | <b>ii</b>   |
| <b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....</b> | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>          | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>           | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAK .....</b>                      | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                    | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                 | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>              | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>             | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang.....                   | 1           |
| 1.2 Batasan Masalah .....                 | 5           |
| 1.3 Rumusan Masalah.....                  | 6           |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....               | 6           |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....              | 7           |
| 1.5.1 Manfaat Operasional.....            | 7           |
| 1.5.2 Manfaat Akademik.....               | 7           |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>        | <b>8</b>    |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....            | 8           |
| 2.2 Tinjauan dan Kajian Pustaka .....     | 12          |
| 2.2.1 Manajemen Pemasaran .....           | 12          |
| 2.2.2 Keputusan Pengguna Jasa .....       | 17          |
| 2.2.3 <i>Customer Satisfaction</i> .....  | 25          |
| 2.2.4 <i>Corporate Reputation</i> .....   | 33          |
| 2.2.5 <i>Brand Satisfaction</i> .....     | 41          |
| 2.3 Teori Hubungan Antar Variabel .....   | 44          |

|                                        |                                                                                                                                                       |           |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.3.1                                  | Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap Keputusan Pengguna Jasa.....                                                                           | 44        |
| 2.3.2                                  | Pengaruh <i>Corporate Reputation</i> Terhadap Keputusan Pengguna Jasa.....                                                                            | 45        |
| 2.3.3                                  | Pengaruh <i>Brand Satisfaction</i> Terhadap Keputusan Pengguna Jasa.....                                                                              | 46        |
| 2.3.4                                  | Pengaruh <i>Customer Satisfaction, Corporate Reputation, Dan Brand Satisfaction</i> Terhadap Keputusan Pengguna Jasa .....                            | 46        |
| 2.4                                    | Kerangka Teoritik .....                                                                                                                               | 47        |
| 2.5                                    | Hipotesis .....                                                                                                                                       | 48        |
| 2.5.1                                  | Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pada PT. PHD Trans Nganjuk .....                                               | 48        |
| 2.5.2                                  | Pengaruh <i>Corporate Reputation</i> Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pada PT. PHD Trans Nganjuk .....                                                | 48        |
| 2.5.3                                  | Pengaruh <i>Brand Satisfaction</i> Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pada PT. PHD Trans Nganjuk .....                                                  | 49        |
| 2.5.4                                  | Pengaruh <i>Customer Satisfaction, Corporate Reputation, Dan Brand Satisfaction</i> Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pada PT. PHD Trans Nganjuk ..... | 50        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b> |                                                                                                                                                       | <b>52</b> |
| 3.1                                    | Ruang Lingkup Penelitian .....                                                                                                                        | 52        |
| 3.2                                    | Jenis Penelitian .....                                                                                                                                | 52        |
| 3.3                                    | Lokasi Penelitian .....                                                                                                                               | 53        |
| 3.4                                    | Populasi dan Sampel.....                                                                                                                              | 53        |
| 3.5                                    | Teknik Pengambilan Sampel .....                                                                                                                       | 54        |
| 3.6                                    | Penentuan Jumlah Sampel .....                                                                                                                         | 55        |
| 3.7                                    | Data dan Teknik Pengumpulannya .....                                                                                                                  | 55        |
| 3.7.1                                  | Sumber Data .....                                                                                                                                     | 55        |
| 3.7.2                                  | Teknik Pengumpulan Data.....                                                                                                                          | 56        |
| 3.8                                    | Identifikasi Variabel.....                                                                                                                            | 57        |
| 3.9                                    | Definisi Operasional Variabel.....                                                                                                                    | 58        |

|                                                                                                                                               |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.10 Teknik Analisis .....                                                                                                                    | 60         |
| 3.10.1 Uji Validitas .....                                                                                                                    | 60         |
| 3.10.2 Uji Reliabilitas .....                                                                                                                 | 61         |
| 3.10.3 Uji Asumsi Klasik.....                                                                                                                 | 61         |
| 3.10.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....                                                                                                 | 63         |
| 3.10.5 Uji t (Uji Parsial).....                                                                                                               | 63         |
| 3.10.6 Uji F (Uji Simultan).....                                                                                                              | 64         |
| 3.10.7 Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....                                                                                                  | 65         |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                                                                                            | <b>66</b>  |
| 4.1 Hasil Penelitian .....                                                                                                                    | 66         |
| 4.1.1 Gambaran Umum Penelitian.....                                                                                                           | 66         |
| 4.1.2 Analisis Deskriptif .....                                                                                                               | 71         |
| 4.1.3 Hasil Analisis Statistik .....                                                                                                          | 88         |
| 4.2 Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian.....                                                                                         | 99         |
| 4.2.1 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap Keputusan Pengguna<br>Jasa ( $X_1$ ) .....                                               | 100        |
| 4.2.2 Pengaruh <i>Corporate Reputation</i> Terhadap Keputusan Pengguna<br>Jasa ( $X_2$ ) .....                                                | 101        |
| 4.2.3 Pengaruh <i>Brand Staisfaction</i> Terhadap Keputusan Pengguna<br>Jasa ( $X_3$ ) .....                                                  | 102        |
| 4.2.4 Pengaruh <i>Customer Satisfaction, Corporate Reputation, Dan</i><br><i>Brand Satisfaction</i> Terhadap Keputusan Pengguna Jasa (Y)..... | 102        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                                                                                                                    | <b>104</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                                                                          | 104        |
| 5.2 Saran .....                                                                                                                               | 105        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                                                                                    | <b>106</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                                                                                                          | <b>109</b> |