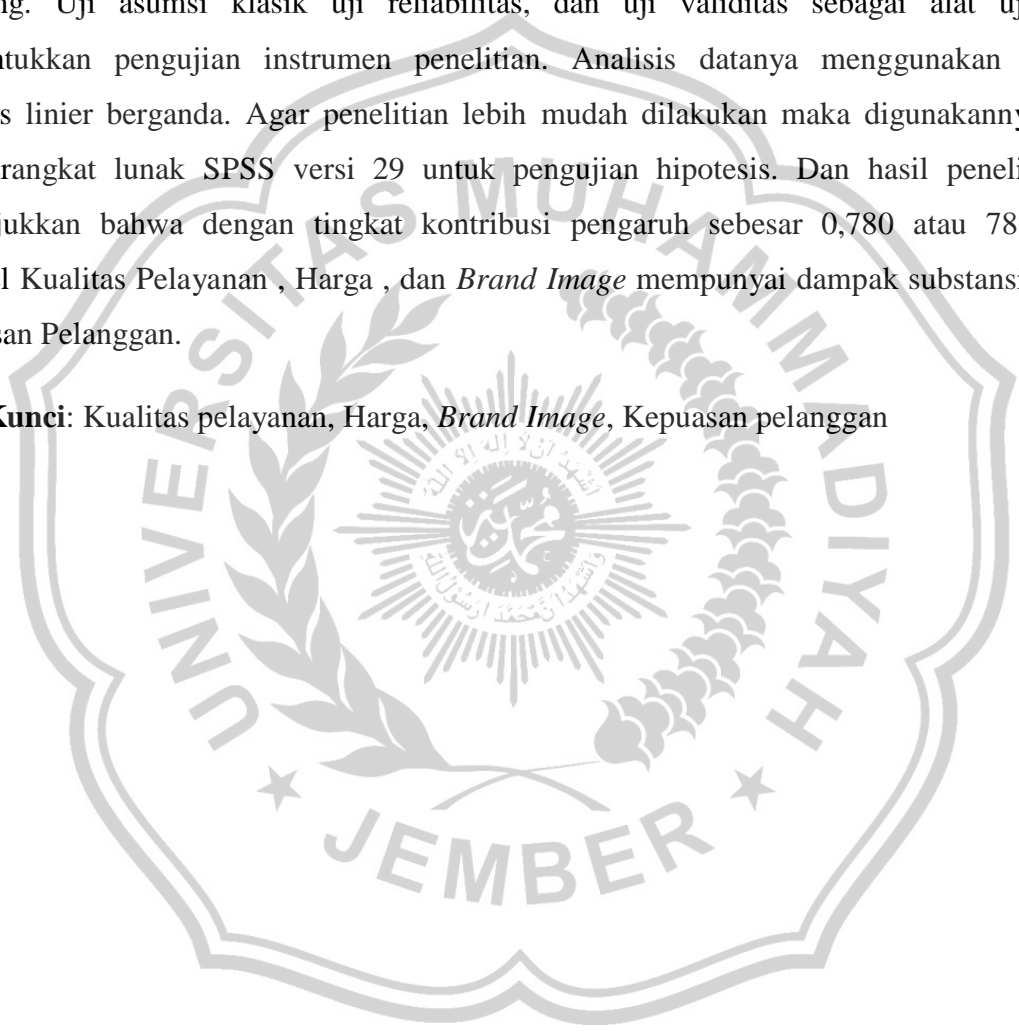


## ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan menganalisis dan mengetahui Kepuasan Konsumen Gojek di daerah Tapal Kuda dipengaruhi Kualitas Pelayanan , Harga , dan *Brand Image*. Sejumlah 150 responden konsumen Gojek di daerah Tapal Kuda sebagai sampel dan menyebarkan melalui kuesioner beserta karakteristik sampelnya meliputi berusia di atas 17 tahun, di daerah Tapal Kuda, dan minimum 5 kali telah memakai jasa Gojek terutama Go-Ride. Untuk metode mengambil sampel menggunakan Teknik non-probabilitas dengan digunakannya purposive sampling. Uji asumsi klasik uji reliabilitas, dan uji validitas sebagai alat uji yang diperuntukkan pengujian instrumen penelitian. Analisis datanya menggunakan metode Analisis linier berganda. Agar penelitian lebih mudah dilakukan maka digunakannya Uji-t dan perangkat lunak SPSS versi 29 untuk pengujian hipotesis. Dan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa dengan tingkat kontribusi pengaruh sebesar 0,780 atau 78% oleh variabel Kualitas Pelayanan , Harga , dan *Brand Image* mempunyai dampak substansial pada Kepuasan Pelanggan.

**Kata Kunci:** Kualitas pelayanan, Harga, *Brand Image*, Kepuasan pelanggan



## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze and determine Gojek Consumer Satisfaction in the Tapal Kuda area influenced by Service Quality, Price, and Brand Image. A total of 150 Gojek consumer respondents in the Tapal Kuda area as a sample and distributed through a questionnaire along with sample characteristics including being over 17 years old, in the Tapal Kuda area, and a minimum of 5 times have used Gojek services, especially Go-Ride. For the sampling method using non-probability techniques with the use of purposive sampling. Classic assumption tests, reliability tests, and validity tests as test tools intended for testing research instruments. Data analysis uses the multiple linear analysis method. In order for the research to be easier to do, the t-test and SPSS software version 29 are used for hypothesis testing. And the results of the study show that with a contribution level of influence of 0.780 or 78% by the variables of Service Quality, Price, and Brand Image have a substantial impact on Customer Satisfaction.*

**Keywords:** *Service quality, price, brand image, customer satisfaction*

