

ABSTRAK

Maya Maria , NPM : 112. 0921. 104, “ Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen (Studi kasus pada PT. Satria Raksa Buminusa)”.

Bertambahnya tingkat kejahatan per tahun dan adanya kejadian pemboman di hotel *JW Marriot* Jakarta serta berbagai kerusuhan serta aksi terorisme yang ada di daerah- daerah lain Indonesia maka diperlukan tenaga pengamanan yang banyak di sejumlah area public seperti bank, perkantoran, *mall*, supermarket, perumahan, rumah sakit, kawasan industri dan berbagai area lain dimana. Selain itu perkembangan sikap berbagai perusahaan di Indonesia untuk tidak mempekerjakan tenaga keamanan sebagai pegawai tetap semakin menaikkan potensi perusahaan penyedia tenaga *outsourc*e di Indonesia. Oleh karena itu persaingan industri jasa keamanan semakin banyak, maka penulis melakukan penelitian mengenai tingkatan kualitas pelayanan, faktor harga jasa, serta reputasi perusahaan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dapat merasakan Kepuasan yang akibatnya bisa Loyal terhadap suatu perusahaan BUJP (Badan Usaha Jasa Pengamanan). Penulis melakukan penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. Teknik analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Model (SEM)* dengan menggunakan bantuan Lisrel 8.54. Sampel yang digunakan 161 responden yang merupakan karyawan dari pegawai Perusahaan yang menggunakan Jasa PT. Satria Raksa Buminusa.

Dari hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Konsumen. Hasil dari variabel Kepuasan Konsumen terhadap PT. Satria Raksa Buminusa dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Perusahaan yaitu R^2 sebesar 88%. Hasil dari variabel Loyalitas Konsumen terhadap PT. Satria Raksa Buminusa dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Perusahaan yaitu R^2 sebesar 63%.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Perusahaan, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

Maya Maria , NPM : 112. 0921. 104, “ Effect Analysis of Service Quality, Price, Corporate Image Customer Satisfaction And Loyalty To The Consumer (Case Analysis at PT. Satria Raksa Buminusa)”

Increasing crime rate per year and a similar incidence of JW Marriot bombing in Jakarta as well as riots and acts of terrorism that exist in other areas of Indonesia will require a lot of energy security in a number of public areas such as banks, offices, malls, supermarkets, housing, home illness, industrial areas and other areas where. In addition to the development of attitudes of various companies in Indonesia to not employ security personnel as a permanent employee is getting raises potential provider of outsourced workers in Indonesia. Therefore, the security services industry competition more and more, the authors conducted a study about service quality, price factor services and the reputation of the company.

This study was conducted to determine the factors that affect the consumer can feel satisfaction so that can loyal to BUJP (Enterprise Security Services). The author conducted research on the Effects of Service Quality, Price, Corporate Image on Consumer Satisfaction and Consumer Loyalty. The analysis technique used Structural Equation Model (SEM) with Lisrel 8.54. The sample used 161 respondents who are employees of a company employee which is using services from PT. Satria Raksa Buminusa.

From the results of the study concluded that there are no significant effect of independent variables on the dependent variable, they are the Service Quality and Corporate Image on Consumer Loyalty. That the results of the customer satisfaction variable PT. Satria Raksa Buminusa influenced by variable service quality, price, Corporate Image about R^2 of 88%. The results of variable Consumer Loyalty to PT. Satria Raksa Buminusa influenced by variable service quality, price, Corporate Image about R^2 of 63%.

Keywords : Quality of Service, Price, Corporate Image, Customer Satisfaction and Customer Loyalty