

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan berdasarkan kualitas pelayanan dikaitkan dengan kepuasan pelanggan pada DriverBDG. Kualitas pelayanan merupakan salah satu dari bagian manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran adalah perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan target konsumen. Tujuan penelitian ini membahas bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada DriverBDG.

Dengan menggunakan responden sebanyak 177 orang hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji koefisien determinasi menunjukkan  $R^2$  bernilai 0,685 yang berarti kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 68,5% sedangkan 31,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pada hasil uji simultan (uji-F) didapatkan hasil  $F_{hitung}$  74,369 yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  2,267 yang dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada DriverBDG. Dalam hasil uji parsial (uji-T) diketahui dapat disimpulkan bahwa secara parsial pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada DriverBDG diketahui bahwa hanya variabel *tangible*, *responsiveness* dan *assurance* yang secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan variabel *emphaty* dan *reliability* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dari hasil penelitian tersebut diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan *tangible*, *responsiveness* dan *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut, maka DriverBDG perlu untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan (*tangible*, *responsiveness* dan *assurance*) agar konsumen tetap puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh DriverBDG.

**Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Manajemen Pemasaran**