

## ABSTRAK

Bertambahnya jumlah mahasiswa Telkom University sejalan dengan bertambahnya jumlah pengguna kendaraan roda dua. Telkom University memiliki fasilitas untuk mendukung kegiatan yaitu sarana parkir kendaraan roda dua Telkom University. Sarana parkir kendaraan roda dua memiliki empat lokasi atau titik parkir yang dimana setiap lokasinya memiliki luas area yang berbeda dengan jumlah kapasitas yang berbeda. Kapasitas sarana parkir kendaraan roda dua Telkom University lebih kecil daripada jumlah pengguna parkir Telkom University. Pengguna sarana parkir tidak hanya digunakan oleh mahasiswa, dosen dan staff di Telkom University pun menggunakan sarana parkir yang sama. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan Pelanggan pengguna sarana parkir kendaraan roda dua menjadi perhatian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna sarana parkir kendaraan roda dua Telkom University dan pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pengguna sarana parkir kendaraan roda dua Telkom University

Penelitian ini menggunakan 400 sampel dengan teknik *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan cara pengujian hipotesis simultan (Uji F) dan hipotesis Parsial ( Uji T), Regresi Linear Berganda, Uji asumsi Klasik dan Koefisien Determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara Parsial dimensi buktifisik (*tangible*) sebesar 4,750, daya tanggap (*responsiveness*) sebesar 4,891, kehandalan (*reliability*) sebesar 3,561, jaminan (*assurance*) sebesar 7,430, berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui. Sedangkan dimensi empati (*empathy*) sebesar -0,342 dimana tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara Simultan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna sarana parkir kendaraan roda dua Telkom University dengan besar pengaruh sebesar 69,4%.

*Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*