

## ABSTRAK

### **YADI MULYADI : PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

*(Studi pada pengguna jasa Kantor Pos Cabang Cikalang No. 328 Cileunyi Bandung).*

Setiap perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi dipasar dan apa yang menjadi kebutuhan serta keinginan konsumen. Dengan adanya permasalahan yang terjadi seperti keluhan-keluhan yang dirasakan konsumen menjadi salahsatu yang melatar belakangi penelitian ini. Fenomena tersebut menjadi sebuah ancaman bagi perusahaan, sehingga harus mengoptimalkan layanan ataupun peran pendukung yang ada. Khususnya pada konsumen yaitu pengguna jasa Kantor Pos cabang Cikalang no 328 Cileunyi Bandung

Kotler (2000) menjelaskan pengertian citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Fandi Tjiptono (2007:206) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Herry Achmad Buchory dan Djasiman Saladin (2010:67) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial (satu persatu) ataupun secara simultan (bersama-sama).

Adapun uji yang digunakan dalam penelitian ini yaitu : uji validitas, uji reliabilitas, analisis korelasi, analisis regresi berganda, uji parsial (t), uji simultan (f) dan uji determinasi.

Hasil yang diperoleh dari alat uji yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yaitu dengan nilai  $t_{hitung} > t_{table}$  ( $4.658 > 1,989$ ). Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yaitu dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.412 > 1,989$ ).

Secara simultan bahwa citra perusahaan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $29.501 > 3,11$ ) dan besaran pengaruhnya adalah 87,7%. dan sisanya sebesar 12,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Misalnya : pesaing, harga, kualitas produk dan lainnya

**Kata Kunci :** Citra Perusahaanaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.