

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Reputasi Merek, dan Fitur Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Grab di Tulungagung” ini ditulis oleh Aili’un Mianingsih Chaeroni, NIM 126405212072, jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan dosen pembimbing Doni Fitriyanto, S.E., M.E.

**Kata Kunci:** Harga, Reputasi Merek, fitur Layanan, Kepuasan pengguna

Grab merupakan layanan transportasi online yang berkembang pesat di Indonesia, termasuk di Tulungagung, yang menawarkan kemudahan dan kenyamanan dengan harga terjangkau. Persaingan ketat dengan jasa transportasi layanan lain mendorong pentingnya memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna, seperti harga, reputasi merek, dan fitur layanan.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh harga, reputasi merek, dan fitur layanan secara simultan terhadap kepuasan pengguna Grab di Tulungagung. (2) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pengguna Grab di Tulungagung. (3) Untuk mengetahui pengaruh reputasi merek terhadap kepuasan pengguna Grab di Tulungagung. (4) Untuk mengetahui pengaruh fitur layanan terhadap kepuasan pengguna Grab di Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian yang digunakan yaitu asosiatif, yaitu adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Non Probability Sampling* yaitu sampling aksidental, dengan populasinya yaitu para pengguna Grab di Tulungagung dengan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 70 responden dengan penilaian menggunakan skala *likert*, diuji menggunakan aplikasi statistik SPSS versi 30.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Harga, reputasi merek, dan fitur layanan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa transportasi Grab di Tulungagung, (2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa transportasi Grab di Tulungagung, (3) Reputasi merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa transportasi Grab di Tulungagung, (4) Fitur layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa transportasi Grab di Tulungagung.

## ABSTRACT

The thesis entitled "The Influence of Price, Brand Reputation, and Service Features on Customer Satisfaction of Grab Transportation Service in Tulungagung" is written by Aili'un Mianingsih Chaeroni, NIM 126405212072, majoring in Sharia Business Management, Faculty of Economics and Islamic Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung with supervisor Doni Fitriyanto, S.E., M.E.

**Keywords:** Price, Brand Reputation, Service Features, Customer Satisfaction

Grab is an online transportation service that has rapidly grown in Indonesia, including Tulungagung, offering convenience and comfort at an affordable price. Intense competition with other transportation services highlights the importance of understanding the factors that influence customer satisfaction, such as price, brand reputation, and service features.

The objectives of this research are: (1) To determine the simultaneous effect of price, brand reputation, and service features on customer satisfaction of Grab users in Tulungagung. (2) To determine the effect of price on customer satisfaction of Grab users in Tulungagung. (3) To determine the effect of brand reputation on customer satisfaction of Grab users in Tulungagung. (4) To determine the effect of service features on customer satisfaction of Grab users in Tulungagung.

This research uses a quantitative approach with an associative research design, which aims to identify the relationship between two or more variables. The sampling method used in this study is Non-Probability Sampling, specifically accidental sampling, with the population consisting of Grab users in Tulungagung, with an unknown population size. The data used is primary data collected through the distribution of questionnaires to 70 respondents, with responses measured using a Likert scale, and analyzed using SPSS version 30.

The results of research show that: (1) Price, brand reputation, and service features simultaneously have a significant effect on customer satisfaction of Grab users in Tulungagung. (2) Price has a positive and significant effect on customer satisfaction of Grab users in Tulungagung. (3) Brand reputation has a positive and significant effect on customer satisfaction of Grab users in Tulungagung. (4) Service features do not have a significant effect on customer satisfaction of Grab users in Tulungagung.