

## ABSTRAK

Kondisi teknologi transportasi saat ini terus berkembang dengan sangat cepat dan kemudian hal ini memunculkan adanya persaingan yang terjadi dalam dunia jasa penyedia jasa dalam transportasi menjadi semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat menjadikan perusahaan harus lebih memperhatikan kepuasan dari pelanggan sehingga mereka bisa bertahan ditengah ketatnya persaingan dan bisa menguasai pasar mereka. Pemimpin dalam suatu perusahaan wajib untuk mengetahui hal yang konsumen anggap penting dan kemudian perusahaan harus memberikan usaha maksimal jenis penelitian kuantitatif, populasinya pelanggan Cv. Rahayu Abadi, sampel non probability samplig, pengelolaan datanya menggunakan SEM dan software AMOS, Penelitian ini dijalankan melalui pembagian kuisioner untuk tiap responden yang sudah dinyatakan sesuai dengan ciri-ciri yang ada dalam penelitian ini yang akan diperjelas di bawah. Respondennya berusia 18-60 tahun. Berdasarkan pada kriteria sampel maka peneliti memutuskan untuk mengambil sampel sebanyak 100 responden Hasil yang didapatkan “Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan”. Maka itu implikasi manajerial perlu untuk lebih mengutamakan variabel-variabel itu agar perusahaan bisa lebih berkembang pesat lagi. Selaras pada teori yang dijadikan landasan dalam penelitian ini yakni keterjangkauan harga yang diberikan, kesesuaian harga dengan kualitasnya, harga lebih murah dibandingkan dengan yang lain melihat dalam kesesuaian kualitasnya. keterbatasan objek penelitian diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat memodifikasi agar bisa memperoleh hasil yang lebih umum terkait beberapa faktor yang bisa memberikan pengaruh pada kepuasan pelanggan dengan objek yang berbeda, Penelitian yang akan datang harapannya bisa menambah beberapa variabel yang sudah ada di variabel ini dengan variabel yang lainnya yang kemudian harapannya bisa menjadikan proses pemahaman terkait faktor yang memberikan pengaruh pada kepuasan pelanggan semakin sempurna.

Kata kunci : kepuasan, software, responden