ABSTRAK

Persaingan yang ketat di dunia usaha menyebabkan banyak perusahaan berusaha untuk meningkatkan keuntungan. Untuk itu diperlukan suatu strategi yang baik agar mendapatkan sesuatu yang maksimal dan memberikan produk yang terbaik, agar mendapatkan persepsi yang baik di masyarakat. Mengingat pentingnya persepsi kualitas terhadap konsumen dalam membeli maka peneliti mengambil topik "Pengaruh promosi, harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan", sehingga dirumuskan suatu permasalahan penelitian yaitu "Bagaimana pengaruh promosi, harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan". Sesuai dengan perumusan penelitian yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan meliputi promosi (X_1), harga (X_2) dan pelayanan (X_3). Sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah kepuasan pelanggan (Y).

Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 50,6% maka hipotesis terbukti yaitu bahwa ketiga variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan., sedangkan sisanya 49,4% disebabkan oleh faktor lain. Berdasarkan uji F menunjukkan adanya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, terbukti dengan nilai F_{hitung} 32,798 > F_{tabel} 2,30. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dan pada uji t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel promosi (X_1), harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y), karena hasil T_{hitung} > $T_{tabel.}$ Sedangkan untuk variabel pelayanan (X_3) tidak menunjukkan adanya pengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena T_{hitung} < T_{tabel}