

THE EFFECT OF PRICE, PROMOTION AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION

(Case study Tangis x The Hauuz in the Region Lingkungan 3)

By Sinta Andriani

ABSTRACT

The have a look at goals to determine : (1) the impact of price on customer satisfaction in Tangis x The Hauuz in the region Lingkungan 3, (2) the impact of promotion on customer satisfaction in Tangis x The Hauuz in the region Lingkungan 3, (3) the impact of service quality on customer satisfaction in Tangis x The Hauuz in the region Lingkungan 3, and (4) the effect of price, promotion and service quality on customer satisfaction in Tangis x The Hauuz in the region Lingkungan 3. This research uses quantitave metodhs and uses survey research. The population of this research in Tangis x The Hauuz customer in the region Lingkungan 3. The sampling technique uses a non-probability sampling technique with total of 75 respondents. The data collection technique itself uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used to answer the hypothesis is using multiple regression analysis using IMB SPSS Statistics. The result of this study indicate that (1) there is a significant effect on the cutomer satisfaction with a coefficient value of 3,409, (2) no influence, on the promotion variable on customer satisfaction with a coefficient value of -1,951, (3) there is a significant effect between service quality on customer satisfaction with a coefficient value of 5,303, and (4) there is a jointly significant effect on price variabel, promotion and service quality to customer satisfaction with a value of 27,189. From the results of thid study, it is also know that the influence of price, promotion and service quality has an influence on customer satisfaction with acoefficeint of determination (R-Square) of 53,5%. While the remaining 46,5% in influenced by other variabels outside his research model.

Keywords : Price, Promotion, Quality Service, Customer Satisfaction

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Tangis x The Hauuz di Wilayah Lingkungan 3)**

Oleh Sinta Andriani

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan sebagai sarana mengetahui : (1) pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Tangis x The Hauuz wilayah Lingkungan 3, (2) pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan Tangis x The Hauuz wilayah Lingkungan 3, (3) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Tangis x The Hauuz wilayah Lingkungan 3, serta (4) pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Tangis x The Hauuz wilayah Lingkungan 3. Penelitian kali ini menggunakan metode kuantitatif serta menggunakan jenis penelitian survei. Populasi dari penelitian ini sendiri adalah pelanggan Tangis x The Hauuz di wilayah Lingkungan 3. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *quotaquota sampling* dengan jumlah responden sebanyak 75. Teknik pengumpulan data sendiri menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan sebagai menjawab hipotesis adalah menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan *IMB SPSS Statistics*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel harga terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien sebesar 3,409. (2) tidak ada pengaruh pada variabel promosi terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien sebesar -1,951, (3) terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien sebesar 5.303, dan (4) terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama pada variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai 27,189. Dari hasil penelitian ini juga diketahui bahwasanya pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien determinasi (R-Square) sebesar 53,5%.

Sedangkan sisanya sebesar 46,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Kata Kunci

: Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.