

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN KEPERCAYAAN
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT SURYA ARTHA
NUSANTARA FINANCE**

By Tegar Fadillah
Abstract

This study looks into how customer satisfaction at PT Surya Artha Nusantara Finance is affected by promotional activity, customer trust, and service quality. The study uses a causal research approach and a quantitative methodology. 100 consumers were given questionnaires to complete in order to collect data, and the Slovin formula was used to calculate the sample size. With the use of SPSS software, the gathered data were then analyzed using multiple linear regression, validity and reliability testing, classical assumption analysis, coefficient of determination (R^2), and hypothesis testing using t-statistics. The results show that consumer satisfaction is positively and significantly impacted by promotion, customer trust, and service quality. These findings demonstrate how important it is to improve service performance, carry out successful marketing campaigns, and uphold a high level of consumer trust in order to promote long-term.

Keywords: *Service Quality, Promotion, Customer Trust, Customer Satisfaction.*

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT SURYA ARTHA NUSANTARA FINANCE

Oleh Tegar Fadillah
Abstrak

Penelitian ini mengkaji bagaimana kepuasan pelanggan di PT Surya Artha Nusantara Finance dipengaruhi oleh aktivitas promosi, kepercayaan pelanggan, dan kualitas pelayanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kausal dan metodologi kuantitatif. Sebanyak 100 konsumen diberikan kuesioner untuk diisi dalam rangka mengumpulkan data, dan rumus Slovin digunakan untuk menghitung ukuran sampel. Dengan menggunakan perangkat lunak SPSS, data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda, uji validitas dan reliabilitas, analisis asumsi klasik, koefisien determinasi (R^2), dan pengujian hipotesis menggunakan t-statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh promosi, kepercayaan pelanggan, dan kualitas pelayanan. Temuan ini menunjukkan betapa pentingnya meningkatkan kinerja pelayanan, melaksanakan kampanye pemasaran yang sukses, dan menjaga tingkat kepercayaan konsumen yang tinggi untuk mendorong hubungan jangka panjang.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Promosi, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan.*