

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA PERAWATAN SEPATU DI KERTASLIPAT.CO SHOE CARE & STUFF

Steffano Herdin Dwi Putra

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2020

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, (2) untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen, (3) untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen, (4) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen jasa Kertaslipat.co yang sudah pernah menggunakan jasa Kertaslipat.co minimal 1 kali. Pengambilan sampel menggunakan metode Purposive Sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan program aplikasi SPSS *Statistics* 25. Dari Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa (1) kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, (2) promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, (3) harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, (4) kualitas pelayanan, promosi, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, promosi, harga, dan kepuasan konsumen.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICES, PROMOTIONS, AND PRICE QUALITIES TOWARDS THE CUSTOMER SATISFACTION OF SHOE CARE SERVICES IN KERTASLIPAT.CO SHOE CARE & STUFF

Steffano Herdin Dwi Putra

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2020

This research aims (1) to find out how the service quality influences the customer satisfaction, (2) to determine the influence of promotion on the consumer satisfaction, (3) to understand the influence of the price on the customer satisfaction, (4) to know the influence of the service quality, the promotion and the price simultaneously on the customer satisfaction. The population in this research is all customers of Kertaslipat.co shoe care & stuff. The sampling technique used is purposive sampling. The number of respondents is at least 100. The Data collection technique is a questionnaire. The data are analyzed with "SPSS Statistics 25" application program. This research shows that (1) the service quality has a partial influence on the consumer satisfaction, (2) the promotion has no partial influence on the consumer satisfaction, (3) the price has a partial influence on the consumer satisfaction, (4) the service quality, the promotion, and the price influence simultaneously the customer satisfaction.

Keywords: service quality, promotion, price, and customer satisfaction.