

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SMP YADIKA 3
KARANG TENGAH – TANGERANG**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen – Strata 1



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2018

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SMP YADIKA 3
KARANG TENGAH – TANGERANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1



OLEH

NAMA : SELVI ANASTASIA

NIM : 041401503125077

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2018

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen di SMP Yadika 3. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Metodologi penelitian ini menggunakan metode kasual. Metode pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode Analisis Regresi Linear Berganda, dimana jumlah sampel sebanyak 73 responden berdasarkan rumus Slovin. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Secara simultan Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Kepuasan Konsumen



ABSTRACT

This study aims to determine the influence of the service quality, price and promotion of customer satisfaction on SMP Yadika 3. The type of research using is associative research. This research method using casual methods. Method of data collection using quistionnaire technique. This study uses multiple Linear Regression Analysis method, where the number of sample is 73 respondents based on Slovin formula. The results showed the partially the quality of service, price and promotion significantly influened to customer satisfaction. Simulaneously the quality of service, price and promotion significantly influened to customer satisfaction.

KeyWords : Service Quality, Price, Promotion, Customer Satisfaction

