

ABSTRAK

Arus globalisasi dan kerjasama perdagangan antar negara dengan adanya perdagangan bebas membuat semakin banyaknya produk maupun jasa asing masuk ke Indonesia yang membuat semakin ketatnya persaingan dalam dunia usaha, sehingga mengharuskan setiap perusahaan untuk dapat memanfaatkan sumber dayanya secara optimal. Dengan perkembangan jaman, teknologi, dan perubahan gaya hidup manusia modern, maka jenis dan tingkat kebutuhan dan keinginan konsumen turut berkembang secara dinamis dari waktu ke waktu. Hal tersebut berdampak besar dalam dunia pemasaran, dimana para pemasar berusaha untuk selalu dapat memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan UD Anugrah Jaya, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *aksidental sampling* dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan analisis moderating.

Setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka diperoleh nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,112, variabel harga sebesar 0,304 dan variabel promosi sebesar 0,286. Dan Uji F dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$ yang artinya kualitas pelayanan, harga, dan promosi secara simultan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan Uji t diperoleh tingkat signifikan untuk variabel kualitas pelayanan, harga, dan promosi $< 0,050$, menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi secara parsial dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dan pada penelitian ini, ternyata variabel promosi yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, harga, promosi dan kepuasan pelanggan