

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan, citra merek, harga jual dan promosi terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Central Surabaya Contact Battery, 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.

Setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka diperoleh nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,401, variabel citra merek sebesar 0.291, variabel harga jual sebesar 0,325 dan variabel promosi sebesar 0,266. Dan Uji F dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$ yang artinya kualitas pelayanan, citra merek, harga jual, dan promosi secara simultan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan Uji t diperoleh tingkat signifikan untuk variabel kualitas pelayanan, citra merek, harga jual, dan promosi $< 0,050$, menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan, citra merek, harga jual, dan promosi secara parsial dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dan pada penelitian ini, ternyata variabel harga jual yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, citra merek, harga jual, promosi dan kepuasan pelanggan