

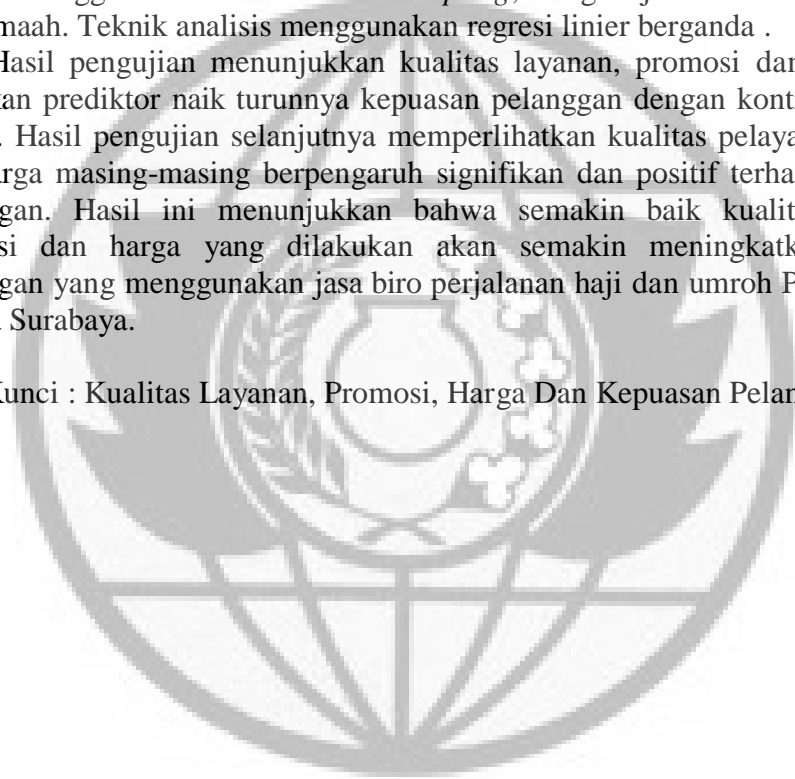
ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pelanggan diantaranya kualitas pelayanan, promosi dan harga.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguji pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah jamaah yang menggunakan jasa biro perjalanan haji dan umroh PT Albis Nusa Wisata Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non random sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 jamaah. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda .

Hasil pengujian menunjukkan kualitas layanan, promosi dan harga layak dijadikan prediktor naik turunnya kepuasan pelanggan dengan kontribusi sebesar 50,8%. Hasil pengujian selanjutnya memperlihatkan kualitas pelayanan, promosi dan harga masing-masing berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan promosi dan harga yang dilakukan akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa biro perjalanan haji dan umroh PT Albis Nusa Wisata Surabaya.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Promosi, Harga Dan Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

Customer satisfaction is the customer's response to the discrepancy between the level of interest before and the actual performance felt after use. Some factors that can effect customers include quality of service, promotion and price.

The purpose of this study is to determine and test the effect of service quaity, promotion and price on customer satisfaction. The population used in this study were pilgrims who used the services of the Hajj and Umrah travel agency PT Albis Nusa Wisata Surabaya.the sampling technique use non random sampling, with a total sample of 100 worshipers. The analysis technicue uses multiple linear regression.

The test result show that service quality, promotion and reasonable price are predictors of ups and downs in costumer satisfaction with a contribution of 50.8%. subsequent test results show the quality of service, promotion and prices respectively have a significant and positive effect on customer satisfaction. These results indicate that the better the quality of promotional services and the price carried out will futher increase the satisfaction of customers who use the services of Hajj and Umrah travel PT Albis Nusa Wisata Surabaya.

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

