

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Rubby Star Family Karaoke Surabaya.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Objek penelitian ini adalah seluruh pelanggan Rubby Star Family Karaoke Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling* yang memfokuskan pada pengambilan *sampling incidental*, dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Variabel kualitas pelayanan masing – masing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai signifikansi untuk variabel tersebut. (2) Variabel harga masing – masing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai signifikansi untuk variabel tersebut. (3) Variabel promosi masing – masing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini terbukti dengan nilai signifikansi untuk variabel tersebut.

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



ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of service quality, price and promotion on customer satisfaction at Rubby Star Family Karaoke in Surabaya.

This type of research is quantitative research. The object of this research is all customers of Rubby Star Family Karaoke Surabaya. The sampling technique used was the non-probability sampling method which focused on incidental sampling, with a total sample of 100 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis.

The results of this study showed that (1) each service quality variable had a significant effect on customer satisfaction, this was a proven by the significance value for that variable. (2) Each price variable has a significant effect on customer satisfaction, this was a proven by the significance value for that variable. (3) Each promotion variable has a significant effect on customer satisfaction, this was a proven by the significance value for that variable.

Keywords: service, price, promotion, customer satisfaction.

