

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman PT. Pos Indonesia Cabang Surabaya Selatan (Persero). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman PT. Pos Indonesia Cabang Surabaya Selatan (Persero) sebanyak 3 kali.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Karena jumlah populasinya tidak diketahui pasti dan tidak terbatas maka setelah digunakan rumus Lemeshow ditemukan bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 25.

Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t), didapatkan hasil kualitas pelayanan (KP), dan citra merek (CM) berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (KPL) pada PT. Pos Indonesia Cabang Surabaya Selatan (Persero). Dari Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) didapatkan nilai sebesar 0,747. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, promosi dan citra merek sebesar 74,7% sedangkan sisanya sebesar 25,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Promosi, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan

## ABSTRACT

*This research aimed to find out the effect of service quality, promotion, and brand image on the customers' satisfaction with PT. Pos Indonesia (Persero) delivery, South Surabaya branch. The population was customers who used the delivery service of PT. Pos Indonesia (Persero) delivery, South Surabaya branch three times.*

*The research was quantitative. Moreover, the data collection technique used accidental sampling. As the number of the population was unknown and unlimited, the Lemeshow formula was used. In line with that, 100 respondents were taken. Furthermore, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS 25.*

*The result of the hypothesis (t-test) concluded that both service quality and brand image had a positive and significant. However, the promotion had a negative and insignificant effect on the customers' satisfaction with PT. Pos Indonesia (Persero) delivery, South Surabaya branch. Additionally, the result of the determination coefficient ( $R^2$ ) was 0.747. It meant the customers' satisfaction could be explained by service quality, promotion, and brand image for about 74.7%. The rest of the percentage, 25.3% was affected by other variables.*

*Keywords: Service Quality, Promotion, Brand Image, Customers' Satisfaction*

I certify that this translation is true and accurate. Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day-----

13/3/24

M. Faizal S.Pd., M.Pd

STIESIA Language Center  
Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia