

ABSTRAK**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN****(STUDI PADA KONSUMEN DI TOKO ERRIKA SEMBAKO)**

Crescentia Errika Prihastuti

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen Toko Errika Sembako. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Toko Errika Sembako. Penelitian ini menggunakan 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability* sampling dengan metode *purposive*. Uji instrument menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, teknik analisis data dalam penelitian ini regresi linier berganda, uji F, uji t, koefisien determinasi, dan uji asumsi klasik. Teknik olah data menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS *Statistics 25*, dan data diperoleh dengan membagikan kuesioner secara langsung kepada 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas layanan dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Errika Sembako.

Kata Kunci : kualitas layanan, harga, promosi, kepuasan konsumen.

ABSTRACT

**SERVICE QUALITY, PRICE, AND PROMOTION TOWARDS
CUSTOMER SATISFACTION**

(STUDY ON CONSUMERS IN AN ERRIKA GROCERY STORE)

Crescentia Errika Prihastuti

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2021

This research aims to determine the influence of service quality, price, and promotion towards customer satisfaction in Errika Grocery Store. The population in this study were consumers at the grocery store errika. This study uses 100 respondents. The data collection technique using non-probability sampling used is purposive method. The test instrument uses validity and reliability test, data analysis techniques in this research are multiple linear regression, classic assumption test, F test, T test, coefficient of determination (R), and data processing techniques by using IBM SPSS Statistics 25 application, and the data determined by distributing questionnaires directly to 100 respondents. The results of this research showed that the variables of Service Quality, Price, and Promotion simultaneously have a significant effect on customer satisfaction. Service quality and price partially have a significant effect on consumer satisfaction, while promotion has no significant effect on consumer satisfaction at Errika Staple Food Stores.

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