

## SUMMARY

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. WANDI PUTRA PRIMA

Created by NURJANAH SUCI MUTMAINAH

**Subject** : STRATEGI PEMASARAN

**Subject Alt** : MARKETING STRATEGY

**Keyword** : KUALITAS PELAYANAN; HARGA; PROMOSI

### Description :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi, terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Wandi Putra Prima. Populasi dalam penelitian adalah data pelanggan pada tahun 2018 yang pernah menyewa rental pada PT. Wandi Putra Prima yang ada di wilayah Jakarta Barat. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan Metode Non Probability Sampling dengan menggunakan teknik pengambilan sampel Purposive Sampling sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel. Hasil penelitian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### Description Alt:

This study aims to determine the effect of service quality, price, and promotion, on customer satisfaction at PT. Wandi Putra Prima. The population in this study is the data of customers in 2018 who had rented a rental at PT. Wandi Putra Prima in the West Jakarta area. The sample in this study was taken using the Non Probability Sampling Method by using a purposive sampling technique of 100 respondents. The analytical method used is multiple linear regression analysis to determine the direct and indirect effects between variables. The results of this study indicate that service quality, price, and promotion together have a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, price has no significant effect on customer satisfaction, and promotion has no significant effect on customer satisfaction.

**Contributor** : Prof. Dr. Benny Gunawan, M.Sc

**Date Create** : 27/11/2020

**Type** : Text

**Format** : PDF  
**Language** : Indonesian  
**Identifier** : UEU-Undergraduate-20160101350  
**Collection** : 20160101350  
**Source** : Undergraduate Theses of Economic Departement  
**Relation Collection** Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
**COverage** : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul  
**Right** : @perpustakaan Universitas Esa Unggul 2020

**Full file - Member Only**

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

**Contact Person :**

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid ( astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id )

Supervisor