

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Ojek Online Gojek (Studi kasus di Universitas Esa Unggul)

Nama : Itza Laila Rachma

Program Studi : S-1 Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap kepuasan konsumen transportasi ojek online gojek. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif S1 Reguler Fakultas Ekonomi dan Bisnis pengguna transportasi ojek online gojek di Universitas Esa Unggul Tahun akademik 2019/2020. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode *Non Probability 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, promosi dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kepuasan Konsumen.

This study aims to determine the effect of service quality, promotion and prices on consumer satisfaction online motorcycle taxi motorcycle taxi. The population in this study were active students of the Regular S1 Faculty of Economics and Business who use motorbike taxi online at Esa Unggul University in the academic year 2019/2020. The sample in this study was taken using the Non Probability Sampling method 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, promotion and price together have a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has no significant effect on customer satisfaction, promotion has a positive and significant effect on customer satisfaction, and price has a positive and significant effect on consumer satisfaction.

Keywords : service quality, promotion, price, customer satisfaction