

Pengaruh Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Ud Banyu Biru Gampengrejo Kediri

Alvian Putra Solehudin

Suseno hendratmoko, S.Sos., MM

Edi Murdiyanto, SH.,MM

alvianputra1309@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of service, promotion and location on customer satisfaction at UD Banyu Biru Gampengrejo Kediri. The location of this research is UD Banyu Biru Gampengrejo Kediri. This type of research uses a quantitative type. The sample in this study used a purposive sampling technique which resulted in the number of respondents being 75 employees. The analytical tool used for this research is SPSS For Windows 16.0. Based on the tests conducted with multiple linear regression analysis, the t-test shows that service and location have a significant influence on customer satisfaction, while the promotion variable has no effect on customer satisfaction. This is indicated by the significant value for variable X1 $0.034 < 0.05$, variable X2 $0.059 < 0.05$ and variable X3 $0.001 < 0.05$. The F test shows that the service, promotion, and location variables have a simultaneous effect on customer satisfaction. It is indicated by a significant value of $0.0000 < 0.05$. This is evidenced by the Rsquare value of 0.695 or 69.5% and the remaining 30.5% is influenced by other variables.

Keywords: *Service, Promotion, Location and Customer Satisfaction*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan, promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di UD Banyu Biru Gampengrejo Kediri. Lokasi Penelitian ini di UD Banyu Biru Gampengrejo Kediri. Jenis penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif. Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposie sampling* yang menghasilkan jumlah responden sebanyak 75 orang karyawan. Alat analisis yang digunakan untuk penelitian ini yaitu *SPSS For Windows 16.0*. Berdasarkan pengujian yang dilakukan dengan analisis regresi linier berganda Uji t menunjukkan bahwa pelayanan dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan variable promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikan untuk variabel X_1 $0,034 < 0,05$, variabel X_2 $0,059 < 0,05$ dan variable X_3 $0,001 < 0,05$. Uji F menunjukkan bahwa variabel pelayanan, promosi, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Ditunjukkan dengan nilai signifikan $0,0000 < 0,05$. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Rsquare* adalah sebesar 0,695 atau 69,5% dan sisanya sebesar 30,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: *Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Kepuasan Konsumen*

