

ABSTRAK

Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Wifi PT. Jaringan Fiber Nusantara Jombang

Devita Agustina

NIM : 212361201015

Fakultas Ekonomi Universitas Darul ‘Ulum

Dosen Pembimbing :

1. H. Machin, SE., M.Si
2. Evan Andrianto Ammaridho, SE., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan wifi PT. Jaringan Fiber Nusantara Jombang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan wifi jaringan fiber nusantara, dengan teknik pengambilan sampel *Non-probability sampling* menggunakan *Sampling incidental* ialah pelanggan yang bertemu dengan peneliti secara kebetulan sesuai dengan kriteria yang peneliti butuhkan. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 89 responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara persial terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini karena pelanggan lebih mementing mengambil promosi dari pada melihat harga yang ditawarkan, selain itu kualitas produk dan kualitas pelayanan juga menjadi faktor pelanggan.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan,

ABSTRAK

The influence of promotion, price, product quality and service quality on customer satisfaction of PT. Jombang Nusantara Fiber Network

Devita Agustina

Faculty of Economics, Darul 'Ulum University

devitaagustina3802@gmail.com

Supervisor :

1. H. Machin, SE., M.Si
2. Evan Andrianto Ammaridho, SE., M.M

This study aims to analyze the influence of promotion, price, product quality and service quality on customer satisfaction of PT. Jombang Nusantara Fiber Network. The research method used is a quantitative method. The population in this study is wifi subscribers of the archipelago fiber network, with a *Non-probability sampling* technique using *incidental sampling*, namely customers who meet with the researcher by chance according to the criteria that the researcher needs. Data was collected through a questionnaire distributed to 89 respondents. Data analysis was carried out using multiple linear regression. The results of the study show that promotion, product quality and service quality have a significant effect on customer satisfaction. While price does not have a significant effect on customer satisfaction, this is because customers are more concerned with taking promotions than looking at the prices offered, besides that product quality and service quality are also customer factors.

Keywords : Promotion, Price, Product Quality, Service Quality,