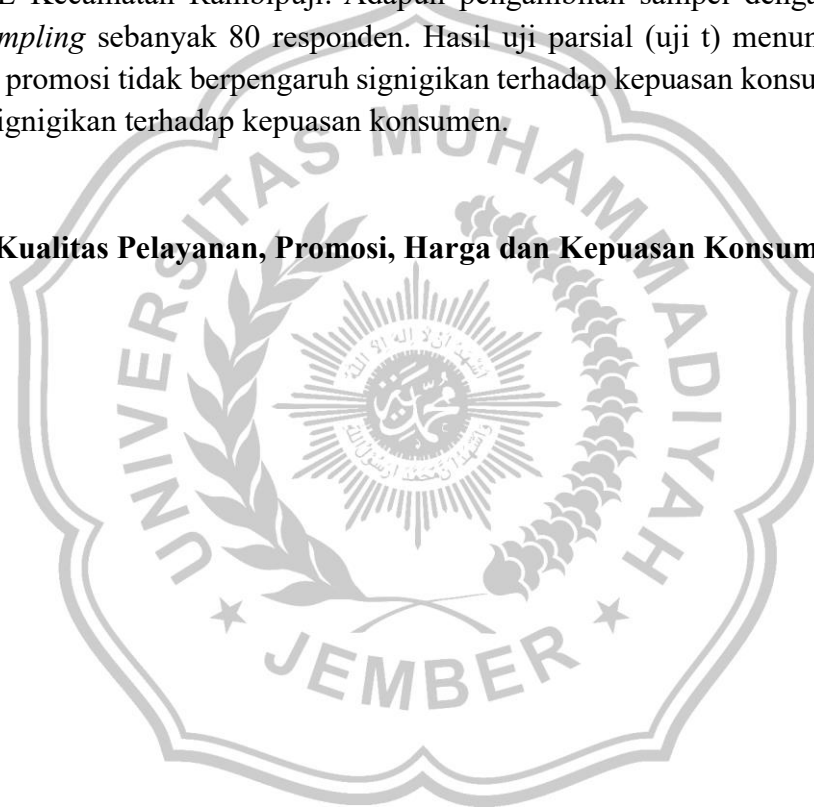


ABSTRAK

Perkembangan zaman dan teknologi mengakibatkan semua aktivitas manusia dibantu dengan teknologi, termasuk dunia bisnis. Saat ini berbisnis bisa dimana saja dengan memanfaatkan *e-commerce*. Aktivitas-aktivitas tersebut membutuhkan sebuah layanan jasa yang mengirimkan barang yang dibeli serta dijual. Kebutuhan jasa pengiriman meningkat seiring meningkatnya trend belanja online. Bisnis ekspedisi memiliki peluang yang besar seiring dengan terus bertumbuhnya belanja online dan bisnis online karena semua barang yang dijual dan dibeli pasti menggunakan jasa ekspedisi. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pengujian regresi linier berganda. Populasi yang digunakan adalah konsumen JNE Kecamatan Rambipuji. Adapun pengambilan sampel dengan metode *non-probability sampling* sebanyak 80 responden. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan kualitas pelayanan dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen serta harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga dan Kepuasan Konsumen



ABSTRACT

The development of the times and technology has resulted in all human activities being assisted by technology, including the business world. Nowadays you can do business anywhere by utilizing e-commerce. These activities require a service that delivers goods that are bought and sold. The need for delivery services increases along with the increasing trend of online shopping. Business expeditions have great opportunities along with the continued growth of online shopping and online business because all goods sold and purchased must use expedition services. This research aims to determine the influence of service quality, promotion and price on consumer satisfaction. This research uses multiple linear regression testing. The population used is JNE consumers in Rambipuji District. Samples were taken using the non-probability sampling method as many as 80 respondents. The results of the partial test (t test) show that service quality and promotion do not have a significant effect on consumer satisfaction and price has a significant effect on consumer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Promotion, Price and Consumer Satisfaction

