

ABSTRAK

Perkembangan transportasi yang membantu kehidupan manusia. Selain itu perkembangan teknologi transportasi kita dapat mempersingkat waktu perjalanan dan tidak memerlukan waktu banyak dalam menempuh perjalanan. Berkembang pesatnya kemajuan transportasi, hal ini juga sejalan dengan dibutuhkannya industri penyedia jasa dibidang transportasi, salah satunya adalah usaha cuci mobil dan motor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari promosi, harga, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa cuci mobil dan motor Naira *Carwash* Jember yang memiliki populasi 95 responden menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, kuisisioner dan wawancara. Analisis yang digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas) dan uji hipotesis (uji parsial, uji F, koefisien determinasi berganda). Hasil uji hipotesis variabel promosi menunjukkan bahwa t hitung sebesar 2,386 dari variabel promosi memiliki nilai signifikansi sebesar $0,046 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat diartikan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Variabel harga menunjukkan bahwa t hitung sebesar 0,283 dari variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar $0,778 > 0,05$ ($\alpha = 5\%$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat diartikan bahwa variabel harga berpengaruh positif namun secara parsial tidak signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Variabel fasilitas menunjukkan bahwa t hitung sebesar 1,684 dari variabel dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,096 > 0,05$ ($\alpha = 5\%$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat diartikan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa t hitung sebesar 4,908 dari variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Implikasi dari penelitian ini adalah promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Naira *Carwash* Jember. Sedangkan fasilitas dan harga berpengaruh positif namun secara parsial tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Naira *Carwash* Jember.

Kata kunci : Promosi, harga, fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

The development of transportation that helps human life. In addition, the development of our transportation technology can shorten travel time and do not require a lot of time to travel. The rapid development of transportation advances, this is also in line with the need for service providers in the transportation sector, one of which is car and motorcycle washing businesses. This study aims to determine the effect of promotion, price, facilities and service quality on customer satisfaction for car and motorcycle wash services Naira Carwash Jember which has a population of 95 respondents using purposive sampling technique. Data collection techniques using observation, questionnaires and interviews. The analysis used validity test, reliability test, multiple regression analysis, classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test) and hypothesis testing (partial test, F test, multiple coefficient of determination). The results of the promotional variable hypothesis test show that t count of 2.386 from the promotion variable has a significance value of $0.046 < 0.05$ ($\alpha = 5\%$), so H_0 is accepted and H_a is rejected. It can be interpreted that the promotion variable has a positive effect and partially has a significant effect on customer satisfaction. The price variable shows that t count of 0.283 of the price variable has a significance value of $0.778 > 0.05$ ($\alpha = 5\%$) so H_0 is accepted and H_a is rejected. It can be interpreted that the price variable has a positive effect on customer satisfaction. The Facility variable shows that t count of 1.684 from the personal factor variable has a significance value of $0.096 > 0.05$ ($\alpha = 5\%$), so H_0 is accepted and H_1 is rejected. It means that the facility variable has a positive and insignificant effect on the customer satisfaction variable. The service quality variable shows that t count of 4.908 from the service quality variable has a significance value of $0.000 < 0.05$ ($\alpha = 5\%$) so H_0 is accepted and H_a is rejected. It can be interpreted that the variable service quality has a positive and partially significant effect on the customer satisfaction variable. The implication of this research is that promotion, price, facilities and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction of Naira Carwash Jember.

Keywords: Promotion, price, facilities, service quality and customer satisfaction.