

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan pada Department School Channel, PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Penelitian ini dilakukan terhadap 78 responden dengan menggunakan metode deskriptif. Objek penelitian ini adalah kepala sekolah dan guru yang menjadi pelanggan PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan variabel promosi penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas layanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas layanan dan promosi penjualan mampu menjelaskan perubahan kepuasan pelanggan PT Gramedia Widiasarana Indonesia sebesar 27,2 persen dan sisanya sebesar 72,8 persen dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Disarankan kepada Department School Channel, PT Gramedia Widiasarana Indonesia agar dapat memberikan pelatihan kepada *sales person* sehingga *sales person* dapat memberikan dan meningkatkan standar pelayanan kepada pelanggan, hal ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, dan Promosi Penjualan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of service quality and sales promotion on customer satisfaction in Department School Channel, PT Gramedia Widiasarana Indonesia. The research sampel is 78 people with descriptif method. The object for this research is head master and teachers who are customers of PT Gramedia Widiasaran Indonesia. Sample determination considers satumted sampling while research data analysis uses software SPSS Ver 20. The results of this research shows that partially, the variable of service quality influence customer satisfaction and the variable of sales promotion does not influence customer satisfaction. The accepted assumption is, there is influence between servie quality and sales promotion to customer satisfaction. The variable of service quality and sales promotion could explain the changes of customer satisfaction at PT Gramedia Widiasarana Indonesia for 27,2 percent and the balance of 72,8 percent is explained by other variable which did not included in this research. The results recommend Department School Channel, PT Gramedia Widiasarana Indonesia to provide and increase service performance to customer so it can increase the customer satisfaction of PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Keywords: Customer Satisfaction ,Service Quality and Sales Promotion

UNIVERSITAS
MERCU BUANA