

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen di Jofa *Laundry*. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Jofa *Laundry*. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, dihitung dengan menggunakan rumus slovin. Metode penarikan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Promosi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

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



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of service quality, promotions and price perceptions on consumer satisfaction at Jofa Laundry. The population in this research is Jofa Laundry customers. The sample used was 100 respondents, calculated using the Slovin formula. The sampling method uses purposive sampling technique. The data collection method uses a survey method, with the research instrument being a questionnaire. The data analysis method uses Partial Least Square. This research proves that Service Quality has a positive effect on Consumer Satisfaction. Promotion has a positive effect on Consumer Satisfaction. Price Perception has a positive effect on Consumer Satisfaction.

Keywords : *Service Quality, Promotion, Price Perception, Consumer Satisfaction*

