

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun parsial.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian *field research* dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan metode pengumpulan data primer melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen sejumlah 60 responden yang melakukan pembelian di minimarket JR-Mart. Sedangkan data sekunder berupa dokumen dan jurnal. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan melakukan analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Dari hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di minimarket JR-Mart, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan di minimarket JR-Mart, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi terhadap kepuasan pelanggan di minimarket JR-Mart. Secara simultan, variabel kualitas pelayanan, harga, promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan JR-Mart Jakenan.

Secara koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, dan promosi memiliki kontribusi sebesar 64,6% terhadap variabel kepuasan pelanggan dan sisanya 35,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan

***Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Kepuasan Pelanggan***