

# **PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI LPD DESA RINGDIKIT**

Oleh  
**Putu Ayu Julia Padmi, NIM 1917041033**  
Jurusan Manajemen

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh: (1) promosi penjualan terhadap kepuasan nasabah, (2) kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (3) citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah, dan (4) promosi penjualan, kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kuantitatif kausal. Subjek dalam penelitian ini adalah nasabah di LPD Desa Ringdikit dengan objek yang digunakan yaitu promosi penjualan, kualitas pelayanan dan citra perusahaan. Populasi yang digunakan sebanyak 897 nasabah dengan pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Kriteria pertimbangan yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah telah menjadi nasabah minimal 6 bulan, sehingga didapatkan sampel sebanyak 90 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) promosi penjualan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, (2) kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, (3) citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan (4) promosi penjualan, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci: citra perusahaan, kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, promosi penjualan

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of: (1) sales promotion on customer satisfaction, (2) service quality on customer satisfaction (3) corporate image on customer satisfaction, and (4) sales promotion, service quality and corporate image on customer satisfaction. This study uses a causal quantitative research design. The subjects in this study were customers at LPD Desa Ringdikit with the objects used being sales promotions, service quality and corporate image. The population used was 897 customers with purposive sampling. The consideration criteria used in sampling were that they had been customers for at least 6 months, so that a sample of 90 people was obtained. The data collection method used was a questionnaire and then analyzed using multiple linear regression analysis. The results showed that (1) sales promotion had a positive and significant effect on*

*customer satisfaction, (2) service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction, (3) corporate image had a positive and significant effect on customer satisfaction, and (4) promotion sales, service quality, and corporate image simultaneously affect customer satisfaction.*

*Keywords: corporate image, customer satisfaction, service quality, promotion sale*

