

ABSTRAK

Berliana Regita Putri, 1620210126, Pengaruh *Price*, *Service Quality*, dan *Promotion* Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Gojek (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2016) Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah IAIN Kudus, 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Price*, *Service Quality*, dan *Promotion* terhadap Kepuasan Konsumen dalam menggunakan Gojek. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *field research* atau penelitian lapangan.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yaitu kuesioner (angket). Sedangkan teknik samplingnya adalah *incidental sampling* dengan jumlah sampel 82 responden mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2016 yang merupakan konsumen jasa Gojek. Teknik analisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa: 1). Variabel *price* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa IAIN Kudus angkatan 2016, hal ini didukung oleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,978 > 1,990$), dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,004 < 0,05$). 2). Variabel *service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa IAIN Kudus angkatan 2016, hal ini didukung oleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,906 > 1,990$), dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,005 < 0,05$). 3). Variabel *promotion* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa IAIN Kudus angkatan 2016, hal ini didukung oleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,135 > 1,990$), dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$).

Kata Kunci: *Price*, *Service Quality*, *Promotion*, Kepuasan Konsumen