

**Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan
Konsumen yang Berdampak pada Loyalitas Konsumen Gardenia
Fitnes Center Semarang**

LUKMAN ARIS MUNANDAR

(Pembimbing : DR Mahmud, SE, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201202770@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Fitness merupakan olah raga yang berguna untuk membakar lemak dengan difokuskan pada pembentukan otot tubuh dan juga bagian tubuh lainnya yang diinginkan. Pengertian ini merupakan pengertian secara umum. Olah raga fitness ini sangat bagus karena jika dilakukan rutin sangat baik untuk kesehatan tubuh. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pelayanan (X1), harga (X2), promosi (X3), berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y1), loyalitas konsumen (Y2). Populasi dalam penelitian ini adalah rata-rata konsumen Gardenia Fitness Center, Jl. Raya Plamongsari KM 1, Pedurungan, Semarang Timur dari bulan Januari sampai September 2016 sebanyak 2.321 pengunjung. Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah non acak jenis purposive sampling, metode pengumpulan data menggunakan kuisisioner dan teknik analisis yg digunakan adalah regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa 1). kepuasan konsumen menjadi mediasi antara harga dan loyalitas konsumen 2). pelayanan menjadi variable terbesar yang mempengaruhi loyalitas konsumen 3). promosi menjadi variable terkecil yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

Kata Kunci : pelayanan, harga, promosi, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen

The Effect of Service, Price, and Promotion on Customer Satisfaction the Impact on Customer Loyalty of Gardenia Fitness Center Semarang

LUKMAN ARIS MUNANDAR

(Lecturer : DR Mahmud, SE, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &
Business, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 211201202770@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Fitness is a useful exercise to burn fat with a focus on body muscle and other body parts as desired. This understanding is a general sense. Exercise Gym is very good because if done regularly is very good for health. This study aimed to analyze the effect of services (X1), price (X2), promotion (X3) effect on customer satisfaction (Y1), customer loyalty (Y2). The population in this study is the average consumer of Gardenia Fitness Center, Jl. Kingdom Plamongsari KM 1, Pedurungan, East Semarang from January - September 2016 as many as 2,321 visitors. Sampling technique used non-random type of purposive sampling, data collection methods using questionnaires and analysis techniques used multiple regression. Results of the analysis showed that 1). customer satisfaction becomes a mediation between price and customer loyalty 2). service becomes the biggest variable that effecting customer loyalty 3). promotion becomes the smallest variable that effect customer loyalty

Keyword : Services, price, promotion, customer satisfaction, customer loyalty