

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada LBB ANTOLOGI Semarang. Dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada LBB ANTOLOGI Semarang. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 responden dengan pendekatan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan target tertentu, adapun kriteria yang akan digunakan adalah para orang tua yang mendaftarkan anaknya untuk mengikuti les di LBB ANTOLOGI Semarang minimal satu semester.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,359 X1 + 0,168 X2 + 0,456 X3$$

Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel promosi (0,456), diikuti oleh variabel persepsi harga (0,359), dan yang terakhir variabel kualitas layanan (0,168). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa tiga variabel yang digunakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen. Angka *adjusted R square* yang diperoleh sebesar 0,847 menunjukkan bahwa 84,7% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel persepsi harga, kualitas layanan dan promosi, sedangkan sisanya 15,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Persepsi harga, kualitas layanan, promosi, kepuasan pelanggan.