

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT. Maharani Tri Utama Mandiri Cabang Semarang. Dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen di PT. Maharani Tri Utama Mandiri Cabang Semarang. Sampel pada penelitian ini sebanyak 75 responden dengan pendekatan *purposive sampling* (yaitu pengambilan sampel berdasarkan target tertentu, adapun kriteria yang akan digunakan adalah calon TKI yang berada di Balai Latihan Kerja (BLK) PT. Maharani Tri Utama Mandiri Cabang Semarang minimal satu bulan.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,414X_1 + 0,159 X_2 + 0,340X_3$$

Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel kualitas pelayanan (0,414), diikuti oleh variabel lokasi (0,340), dan yang terakhir variabel promosi (0,159). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa terdapat satu variabel yang tidak berpengaruh signifikan yaitu variabel promosi dan dua variabel (kualitas pelayanan dan lokasi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen. Angka *adjusted R square* yang diperoleh sebesar 0,647 menunjukkan bahwa 64,7% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, promosi dan lokasi sedangkan sisanya 35,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

*Kata kunci : kualitas pelayanan, promosi, lokasi, kepuasan konsumen.*