

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh promosi, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada G-sport Center di Kota Padang). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 80 orang. Data diolah menggunakan SPSS versi 16.0 dan *Partial least square (PLS)*. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan metode *Boostroping*. Hasil penelitian menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : promosi, kepercayaan, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of promotion, trustworthiness and service quality on customer satisfaction (a case study at the G-sport Center in Padang City). The sampling technique used purposive sampling with a total of 80 respondents. Data were processed using SPSS version 16.0 and Partial Least Square (PLS). The type of data used is primary data with the Boostroping method. The results of the study found that trust has a positive and significant effect on customer satisfaction, promotion has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive but not significant effect on customer satisfaction.

Keywords: promotion, trust, quality of service, customer satisfaction