

## **ABSTRACT**

**JESSLYN WIJAYA**

**03011210077**

### **THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PROMOTION, AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER SATISFACTION IN CHOOSING DHL EXPRESS MEDAN**

(xvi+, 93 pages; 9 figures; 54 tables; 8 appendixes)

DHL Express has experienced lowered customer satisfaction which leading to negative reviews. The objective of this study is identify service quality, promotion, and brand image have partial or simultaneous influence on customer satisfaction in choosing DHL Express Medan.

Service quality, promotion, and brand image play an important role in increasing customer satisfaction, which can encourage many positive reviews from customers.

In this research, the writer used quantitative, descriptive, causal research design. The sampling technique used was purposive sampling. The sample in the study was 97 respondents. Data collection techniques using primary and secondary data. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis by processing SPSS.

This research passed the validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. The results of hypothesis test showed that Service Quality, Promotion and Brand Image have partial or simultaneous influence on Customer Satisfaction in choosing DHL Express Medan.

Recommendations for DHL Express can improve the service of sending a receipt number via SMS or on the DHL app, improve promotional programs according to customer needs and evaluate every reported customer problem and ensures that problems or complaints are handled properly.

**Keywords: Service Quality, Promotion, Brand Image, Customer Satisfaction**

References: 37 (2020-2024)

## **ABSTRAK**

**JESSLYN WIJAYA**

**03011210077**

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMILIH DHL EXPRESS MEDAN**

*(xvi+, 93 halaman; 9 gambar; 54 tabel; 8 lampiran)*

*DHL Express mengalami penurunan kepuasan pelanggan yang mengakibatkan banyaknya ulasan negatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan, promosi, dan citra merek berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan dalam memilih DHL Express Medan.*

*Kualitas pelayanan, promosi, dan citra merek berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yang dapat mendorong banyaknya review positif dari pelanggan.*

*Dalam penelitian ini, penulis menggunakan desain penelitian kuantitatif, deskriptif, dan kausal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Sampel dalam penelitian sebanyak 97 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan pengolahan SPSS.*

*Penelitian ini telah lolos uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Promosi dan Citra Merek berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam memilih DHL Express Medan.*

*Rekomendasi untuk DHL Express dapat meningkatkan pelayanan pengiriman nomor resi melalui SMS atau pada aplikasi DHL, meningkatkan program promosi sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan mengevaluasi setiap masalah pelanggan yang dilaporkan dan memastikan masalah atau keluhan ditangani dengan baik.*

**Kata kunci: Kualitas Layanan, Promosi, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan Referensi 37 (2020-2024)**