

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN,  
HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DI AUTO2000 KERTAJAYA SURABAYA**



Oleh:

**Hans Timmy Andrew**

**201100042**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA  
SURABAYA  
2024**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN,  
HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DI AUTO2000 KERTAJAYA SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**OLEH:**

**Hans Timmy Andrew**

**201100042**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA  
SURABAYA  
2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

Nama : Hans Timmy Andrew

NPM : 201100042

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Judul : **PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI AUTO2000 KERTAJAYA SURABAYA**

Pembimbing

**(Deograsias Yoseph Yustinianus Ferdinand, S.E., M.M.)**

Mengetahui

Ketua Program Studi

**(Dr. Thyopholda W. S. Panjaitan, M.M.)**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI AUTO 2000 KERTAJAYA SURABAYA**

**Oleh**

Hans Timmy Andrew

201100042

Dipertahankan di depan Penguji

Pada tanggal 07 Agustus 2024

Ketua Tim Penguji



(Dr. V. Ratna Inggawati, M.M.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi



(Dr. Lilik Indrawati, M.M.)



(Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M.)

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI AUTO 2000 KERTAJAYA SURABAYA**

Oleh

Hans Timmy Andrew

201100042

Telah Diuji dan Dipertahankan Dihadapan

Tim Penguji Skripsi

Pada tanggal 07 Agustus 2024

Ketua

: Dr. V. Ratna Inggawati, M.M. ....

Anggota

: 1. Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M. ....

2. Deograsias Yoseph Y.F., S.E., M.M. ....

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hans Timmy Andrew  
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Manajemen Pemasaran  
Alamat Asli : Jl. Pandugo Timur XIII Blok E No. 13, Surabaya  
No. Identitas : 3578031702020001

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**“Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Auto 2000 Kertajaya Surabaya”**

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, working paper atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (Tugas Akhir) ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan. Apabila kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Surabaya, 06-08-2024

Hormat Saya,



Hans Timmy Andrew

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatNya yang melimpah sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan di Auto2000 Kertajaya Surabaya dengan baik, tepat waktu, dan bermanfaat. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama Penelitian dan penyusunan skripsi ini, peneliti tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi peneliti berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Romo Adrian Adiredjo, S.T.L., M.A., S.T.D. selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah menyediakan sarana dan fasilitas perkuliahan yang mendukung, serta memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menuntut ilmu di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
2. Dr. Lilik Indrawati, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
3. Dr. Thyophoida W. S. Panjaitan, M.M. selaku Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
4. Dr. V. Ratna Inggawati, M.M., selaku dosen ketua penguji pada ujian Skripsi.
5. Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M., selaku dosen penguji pada ujian Skripsi.
6. Deograsias Yoseph Yustinianus Ferdinand, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi progam studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah membimbing dan memberi banyak masukan kepada peneliti selama penulisan skripsi.
7. Seluruh Staff perpustakaan yang selalu baik dan mendukung peneliti selama berproses mengerjakan skripsi ini.
8. Semua teman-teman seperti Christian Agung, Nico dan Geraldo Manapode, yang selalu memberikan semangat dan doa pada saat penyusunan skripsi ini.

Dengan demikian peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung sehingga dapat membantu pengerjaan skripsi ini. Peneliti menyadari masih adanya banyak kekurangan dan keterbatasan dalam menyusun skripsi ini. Maka peneliti berharap adanya kritik dan saran yang membangun. Peneliti mengharapkan





Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan memajukan pendidikan di Indonesia. Meski peneliti telah berusaha semaksimal mungkin dalam pembuatan tugas akhir ini, tentu masih banyak kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki, oleh karena itu peneliti juga berharap untuk diberi saran dan kritik yang dapat membangun untuk kedepannya dari seluruh pihak. Semoga karya ini bisa bermanfaat bagi banyak orang dan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya.

Surabaya, 06 Agustus 2024

Peneliti

## DAFTAR ISI

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

#### KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI..... i

DAFTAR TABEL..... iv

DAFTAR GAMBAR..... v

**BAB 1 PENDAHULUAN..... 1**

Latar Belakang Masalah..... 1

Rumusan Masalah ..... 4

Tujuan Penelitian..... 4

Manfaat Penelitian..... 5

Manfaat Teoritis..... 5

Manfaat Praktis..... 5

**BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA..... 6**

Landasan Teori..... 6

*Brand Image* ..... 6

2.1.1.1. Pengertian *Brand Image* ..... 6

2.1.1.2. Dimensi *Brand Image* ..... 6

2.1.1.3. Faktor yang Mempengaruhi *Brand Image* ..... 7

2.1.1.4. Indikator *Brand Image* ..... 7

2.1.2. Kualitas Pelayanan ..... 7

2.1.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan..... 7

2.1.2.2. Dimensi Kualitas Pelayanan ..... 7

2.1.2.3. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan ..... 8

2.1.2.4. Indikator Kualitas Pelayanan..... 9

2.1.3. Harga..... 9

2.1.3.1. Pengertian Harga ..... 9

2.1.3.2. Dimensi Harga..... 10

2.1.3.3. Faktor yang Mempengaruhi Harga..... 10

2.1.3.4. Indikator Harga..... 11

2.1.4. Promosi..... 11

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan penelitian dan pengajaran/didalam lingkup perguruan/didalam lingkup penelitian. Tidak diperjual belikan dan tidak dapat dipinjamkan. Untuk keperluan penelitian dan pengajaran/didalam lingkup perguruan/didalam lingkup penelitian. Tidak diperjual belikan dan tidak dapat dipinjamkan.



2.1.4.1	Pengertian Promosi.....	11
2.1.4.2	Dimensi Promosi .....	12
2.1.4.3	Faktor yang Mempengaruhi Promosi .....	12
2.1.4.4	Indikator Promosi .....	13
2.1.5	Kepuasan Pelanggan.....	13
2.1.5.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	13
2.1.5.2	Elemen-Elemen Kepuasan Pelanggan.....	14
2.1.5.3	Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	14
2.1.5.4	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	14
2.2	Pengaruh Antar Variabel .....	15
2.2.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	15
2.2.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	15
2.2.3	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	16
2.2.4	Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	16
2.3	Penelitian Terdahulu .....	16
2.4	Rangka Pemikiran.....	19
2.5	Kerangka Konseptual.....	20
2.6	Hipotesis Penelitian .....	21
<b>BAB 3</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
3.1	Objek Penelitian .....	22
3.2	Pendekatan Penelitian dan Sumber Data .....	22
3.2.1	Pendekatan Penelitian .....	22
3.2.2	Sumber Data.....	22
3.3	Variabel Penelitian.....	22
3.4	Definisi Operasional Variabel .....	23
3.4.1	Definisi Operasional Variabel Bebas .....	23
3.4.2	Definisi Operasional Terikat .....	24
3.5	Populasi dan Sampel.....	24
3.5.1	Populasi.....	24
3.5.2	Sampel .....	24
3.6	Metode dan Analisis Data .....	25
3.6.1	Pengumpulan Data .....	25
3.6.1.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	25
3.6.2	Teknik Analisis Data.....	25
3.6.3	Uji Kusioner.....	26



3.6.3.1.	Uji Validitas.....	26
3.6.3.2.	Uji Realibilitas.....	26
3.6.4.	Uji Asumsi Klasik.....	27
3.6.4.1.	Uji Multikolinearitas.....	27
3.6.4.2.	Uji Heteroskedastistas.....	27
3.6.4.3.	Uji Normalitas.....	27
3.6.5.	Analisis Regrensi Linear Berganda.....	28
3.6.6.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	28
3.6.7.	Uji Hipotesis.....	29
3.6.7.1.	Uji T.....	29
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN .....</b>		<b>30</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	30
4.1	Sejarah Umum Objek Penelitian .....	30
4.1	Visi Dan Misi.....	30
4.1.1	Visi.....	30
4.1.2	Misi.....	30
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian .....	31
4.2	Karakteristik Responden .....	31
4.2.1	Usia Responden.....	31
4.2.2	Jenis Kelamin Responden .....	31
4.3	Uji Kuesioner.....	32
4.3.1	Uji Validitas.....	32
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	33
4.4	Deskripsi Hasil Penelitian .....	33
4.4.1	Deskripsi Jawaban Responden.....	33
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	38
4.5.1	Uji Multikolinearitas .....	38
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas .....	39
4.5.3	Uji Normalitas.....	40
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
4.6.1	Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted $R^2$ ).....	42
4.6.2	Uji t.....	42

**BAB 5 PENUTUP .....47**

5.1 Simpulan.....47

5.2 Saran.....47

**DAFTAR PUSTAKA.....49**

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagias akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang .....	17
Tabel 2.2 Tabel Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang .....	18
Tabel 3.1 Instrument Skala <i>Likert</i> .....	26
Tabel 4.1 Usia Responden Auto 2000 Kertajaya Surabaya .....	31
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden Auto 2000 Kertajaya Surabaya .....	31
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas .....	32
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	33
Tabel 4.5 Instrumen <i>Skala Likert</i> .....	34
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Kuesioner X1 .....	34
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Kuesioner X2 .....	35
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Kuesioner X3 .....	36
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Kuesioner X4 .....	37
Tabel 4.10 Hasil Jawaban Kuesioner Y .....	38
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas .....	39
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	41
Tabel 4.13 Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	42
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	43

Karya Ilmiah Milik Berprestasi Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian, tidak boleh dipublikasikan atau diperjualbelikan.



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar Mobil Terlaris Awal Tahun 2023 .....	1
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran.....	17
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	18
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	39
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas .....	40
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t Variabel <i>Brand Image</i> .....	44
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t Variabel Kualitas Pelayanan.....	44
Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji t Variabel Harga .....	45
Gambar 4.6 Kurva Distribusi Uji t Variabel Promosi.....	46

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan  
 untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran plagiasi akan  
 dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6. Hasil Perhitungan Data Kuesioner
- Lampiran 7. Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 9. Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 10. Hasil Analisis Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 11. Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi
- Lampiran 12. Hasil Uji t
- Lampiran 13. T tabel
- Lampiran 14. r tabel

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian, tidak boleh dilanjut atau dipinjamkan kepada pihak lain tanpa izin dari Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika.



## ABSTRAK

Auto 2000 merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Jasa yang ditawarkan oleh Auto 2000 adalah penjualan kendaraan dengan berbagai model, pelayanan servis kendaraan serta penyediaan suku cadang dan aksesoris. Persaingan yang ketat membuat perusahaan perlu melakukan pengukuran produktivitas pada semua aspek yang ada di perusahaan dan dapat diketahui tingkat produktivitas perusahaan dan perbaikan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan produktivitas perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan di Auto 2000 Kertajaya Surabaya. Penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian unit mobil baru di Auto 2000 Kertajaya Surabaya yang berjumlah 100 responden. Data dalam penelitian ini diolah menggunakan aplikasi SPSS 26. Hasil analisis data menunjukkan bahwa semua item pernyataan masing-masing variabel dinyatakan valid dalam kuisioner dengan r hitung > r tabel dengan r tabel sebesar 0,1966. Semua variabel dinyatakan reliabel dengan nilai *Cronbach alpha* > 0,60. Hasil uji Multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen pada model regresi dengan nilai *Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas pada model regresi karena tidak ada bentuk titik-titik pola yang jelas dan adanya sebaran titik-titik diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil Uji Normalitas dengan P-Plot menyatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian di Uji Normalitas ini terdistribusi normal. Hasil persamaan Regresi Linear Berganda dalam penelitian ini menyatakan besarnya pengaruh *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan di Auto 2000 Kertajaya Surabaya berdasarkan nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 79,5%. Hasil analisis data Uji t menunjukkan bahwa (1) *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dengan  $t_{hitung} 1,637 < 1,66105$  dan signifikansi  $0,105 > 0,05$ . (2) Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan  $t_{hitung} 0,440 < 1,66105$  dan signifikansi  $0,661 > 0,05$ . (3) Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dengan  $t_{hitung} 4,012 > 1,66105$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . (4) Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan  $t_{hitung} 4,346 > 1,66105$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga bisa disimpulkan bahwa *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Auto 2000 Kertajaya Surabaya, Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan di Auto 2000 Kertajaya Surabaya, Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Auto 2000 Kertajaya Surabaya, dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Auto 2000 Kertajaya Surabaya.

**Kata Kunci : *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Kepuasan Pelanggan**

## ABSTRACT

*Auto 2000 is a company engaged in the service sector. The services offered by Auto 2000 are the sale of vehicles with various models, vehicle service services and the provision of spare parts and accessories. Fierce competition makes companies need to measure productivity on all aspects of the company and can know the level of company productivity and improvements that can be made to increase company productivity. The purpose of this study is to determine the influence of Brand Image, Service Quality, Price and Promotion on Customer Satisfaction at Auto 2000 Kertajaya Surabaya. This study uses Purposive Sampling. The sample in this study is customers who have purchased a new car unit at Auto 2000 Kertajaya Surabaya which amounted to 100 respondents. The data in this study was processed using the SPSS 26 application. The results of data analysis showed that all statement items of each variable were declared valid in the questionnaire with a calculation of  $>$  table with a table of 0.1966. All variables were declared reliable with a Cronbach alpha value  $>$  0.60. The results of the Multicollinearity test showed that there was no multicollinearity between independent variables in the regression model with a Tolerance value of  $>$  0.10 and  $VIF <$  10. The results of the Heteroscedasticity Test showed that there were no symptoms of Heteroscedasticity in the regression model because there was no clear pattern point shape and there was a distribution of points above and below the number 0 on the Y axis. The results of the Normality Test with P-Plot stated that the data used in the research in this Normality Test were normally distributed. The results of the Multiple Linear Regression equation in this study stated that the influence of Brand Image, Service Quality, Price, and Promotion on Customer Satisfaction at Auto 2000 Kertajaya Surabaya based on the Adjusted R Square value was 79.5%. The results of the t test data analysis show that (1) Brand Image has no effect on Customer Satisfaction with a calculation of  $1.637 <$  1.66105 and a significance of  $0.105 >$  0.05. (2) Service Quality had no significant effect on Customer Satisfaction with a calculation of  $0.440 <$  1.66105 and a significance of  $0.661 >$  0.05. (3) Price has a significant effect on Customer Satisfaction with a calculation of  $4,012 >$  1.66105 and a significance of  $0.000 <$  0.05. (4) Promotion has a significant effect on Customer Satisfaction with a calculation of  $4,346 >$  1.66105 and a significance of  $0.000 <$  0.05 so it can be concluded that Brand Image has no effect on Customer Satisfaction at Auto 2000 Kertajaya Surabaya, Service Quality does not have a significant effect on Customer Satisfaction at Auto 2000 Kertajaya Surabaya, Price has an effect on Customer Satisfaction at Auto 2000 Kertajaya Surabaya, and Promotion has a significant effect on Customer Satisfaction at Auto 2000 Kertajaya Surabaya.*

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