

ABSTRAK

Heru Wahyudin (1188020080) : Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood (Studi Pada Mahasiswa angkatan 2018 UIN Sunan Gunung Djati Bandung)

Persaingan perusahaan jasa dalam bisnis pesan antar makanan saat ini begitu ketat sehingga setiap perusahaan harus memikirkan strategi dan upaya yang tepat dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya. Melalui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, faktor yang dimaksud dapat berupa promosi penjualan dan kualitas pelayanan pada suatu perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial maupun secara simultan dari Promosi Penjualan (Kotler & Keller, 2016) dan Kualitas Pelayanan (Tjiptono, 2009) terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood (Tjiptono, 2016), pada mahasiswa angkatan 2018 UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling dan purposive sampling*, penentuan sampel menggunakan teori Roscoe dengan hasil 150 Responden. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner *online* dengan media Google Form. Teknik analisis data menggunakan Analisis Deskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linier Berganda, Uji-t (Parsial), Uji-f (Simultan), serta Uji Koefisien Determinasi diolah menggunakan program software SPSS Versi 26.

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa (1) Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, (3) Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan hubungan yang ada pada penelitian ini memiliki tingkat hubungan yang sedang.

Kata Kunci: Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.