

ABSTRAK

Salah satu tujuan pemasaran adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan pada akhirnya mampu untuk memuaskan pelanggan. Salah satu cara adalah dengan mengadakan suatu promosi terhadap produk tersebut, sehingga konsumen memutuskan untuk membelinya. Penelitian ini berjudul "Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel Di Sidoarjo" dengan menggunakan teknik sampling yaitu *purposive sampling* diambil sampel sebanyak 100 responden. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan metode Analisis Jalur / *Path Analysis* dan jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Dengan menggunakan *SPSS for Windows* dilakukan pengujian Statistika yaitu Uji Validitas menunjukkan semua variabel mempunyai nilai *Corrected Item Total Correlation* > 0,3. Uji Reliabilitas semua variabel mempunyai nilai *Cronbach Alpha* > 0,6. Data penelitian menunjukkan berdistribusi normal dan terbebas dari unsur Heteroskedastisitas dan Multikolinearitas. Hasil penelitian ini menunjukkan 1) Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 2) Keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 3) Keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 4) Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian.

Kata Kunci : Promosi, Keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan