

ABSTRAK

Pada era globalisasi ini, persaingan yang ketat mengharuskan perusahaan dan para pemasar untuk lebih kreatif dalam menarik pelanggan atau konsumen seperti perusahaan dalam bidang olahraga harus lebih giat memberikan pelayanan, promosi, dan inovasi pada produk yang di jual agar pelanggan tidak bosan dengan apa yang di tawarkan, serta fasilitas yang menunjang pasti akan lebih menarik banyak pelanggan.

Tujuan penelitian ini adalah agar perusahaan mengetahui tentang pengaruh antara kualitas pelayanan dan promosi apakah mempengaruhi kepuasan pelanggannya secara signifikan atau tidak, agar supaya perusahaan mengetahui tolak ukur kepuasan pelanggan PT Insera Sena. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Insera Sena Sidoarjo. Pengambilan sampel dengan teknik *cluster sampling* sejumlah 110 orang. Teknik pengumpulan data variabel yang digunakan adalah observasi, angket dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier ganda.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan : (1) kualitas pelayanan (X_1) mendapatkan hasil t hitung 3,158 dengan tingkat signifikansi 0,002 dan promosi (X_2) mendapatkan hasil t hitung 3,041 dengan tingkat signifikansi 0,003. Oleh karena probabilitas X_1 0,002 dan X_2 0,003 lebih kecil dari 0,05 maka dari kualitas Pelayanan (X_1) dan Promosi (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) PT Insera Sena Sidoarjo, (2) kualitas pelayanan (X_1) dan promosi (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh F hitung adalah 39,355 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena probabilitas (0,000) lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat disimpulkan kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh pada kepuasan pelanggan PT Insera Sena Sidoarjo

Keywords : Kualitas Pelayanan, Promosi, Kepuasan Pelanggan