

ABSTRAK

Pemasaran adalah salah satu kegiatan utama yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan yaitu mempertahankan kelangsungan hidup untuk berkembang dan mendapatkan laba. Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk memaksimalkan laba dengan menggunakan strategi pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Praktek gigi (drg. Ruci Arum Astuti). Jenis atau metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer. Sampel penelitian ini merupakan pelanggan yang berkunjung ke Praktek gigi (drg. Ruci Arum Astuti). Dalam penentuan sampel menggunakan *nonprobability sampling* yaitu *insidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 60 responden. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

Marketing is one of the main activities carried out by companies to achieve the goal of maintaining survival to develop and earn profits. The main purpose of this activity is to maximize profits by using marketing strategies. The purpose of this study was to determine and analyze the effect of promotion, service quality on customer satisfaction in dental practice (drg. Ruci Arum Astuti). The type or method used in this research is quantitative. The data used is primary data. The sample of this study are customers who visit the dental practice (drg. Ruci Arum Astuti. In determining the sample using non-probability sampling, namely incidental sampling with the number of respondents as many as 60 respondents. Data obtained by distributing questionnaires were analyzed using multiple linear regression analysis techniques. The test results on This study shows that the promotion variable has no significant effect on customer satisfaction, while the service quality variable has a significant effect on customer satisfaction

Keywords : *Promotion, Service Quality, Customer Satisfaction*

