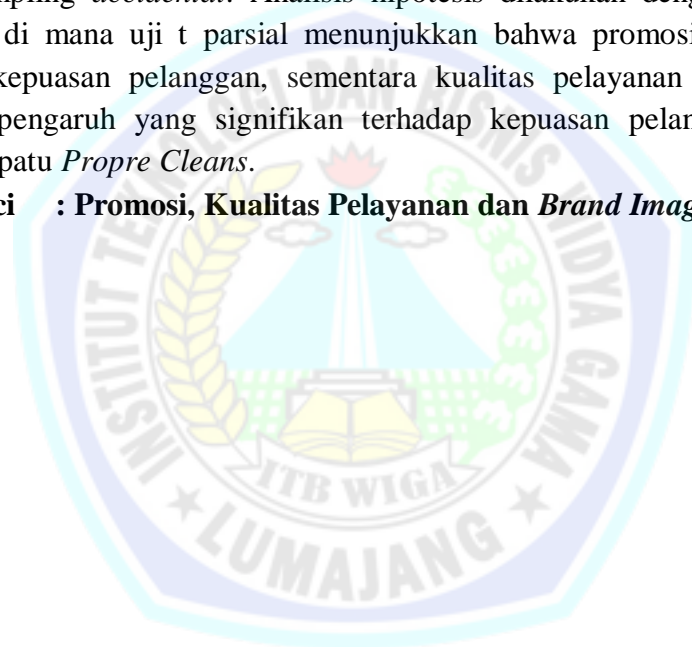


ABSTRAK

Perkembangan UMKM pada saat ini memang cukup pesat, salah satunya dibidang jasa yaitu *laundry* sepatu yang banyak di butuhkan oleh setiap orang. Pentingnya merawat sepatu pada usia remaja menjadikan brand *laundry* sepatu berlomba-lomba untuk menciptakan produk yang dapat digunakan oleh semua gender laki-laki maupun perempuan. *Propre Cleans* merupakan pelayanan jasa yang cukup terkenal di Lumajang khususnya di kalangan remaja. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak promosi, kualitas pelayanan, dan *brand image* terhadap kepuasan pelanggan. Data dikumpulkan secara kuantitatif melalui distribusi kuesioner kepada 65 responden yang merupakan pelanggan layanan *Propre Cleans*. Penelitian ini menggunakan metode non-probabilitas dengan teknik sampling *accidental*. Analisis hipotesis dilakukan dengan regresi linier berganda, di mana uji t parsial menunjukkan bahwa promosi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sementara kualitas pelayanan dan citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di layanan *laundry* sepatu *Propre Cleans*.

Kata kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan dan *Brand Image*



ABSTRACK

The development of MSMEs at the moment is quite rapid, one of which is in the service sector, namely shoe laundry, which is much needed by everyone. The importance of caring for shoes during adolescence makes shoe laundry brands compete to create products that can be used by all genders, men and women. Propre Cleans is a service that is quite well known in Lumajang, especially among teenagers. The purpose of this study is to investigate how brand image, service quality, and promotions affect consumer happiness. Sixty-five Propre Cleans service customers who answered questionnaires were the subjects of a quantitative data collection effort. This study employs an accidental sampling strategy combined with a non-probability method. Multiple linear regression was used to analyze the hypothesis. The partial t test revealed that, at the Propre Cleans shoe laundry service, service quality and brand image had a substantial impact on customer satisfaction, but promotions had no significant effect on it.

Keywords: Promotion, Service Quality and Brand Image

