

## ABSTRAK

Khoiriyah, Nurul. 2020, Skripsi. “**Pengaruh Promosi Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Kentucky Fried Chicken (KFC) Probolinggo***”. Program Study Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian ini dilakukan di *Kentucky Fried Chicken (KFC) Probolinggo* dengan tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara promosi dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada *kentucky fried chicken (KFC) Probolinggo*. (2) Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara promosi dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada *kentucky fried chicken (KFC) Probolinggo*. (3) Untuk mengetahui variabel manakah di antara promosi dan kepuasan konsumen yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas konsumen pada *kentucky fried chicken (KFC) Probolinggo*.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *Kentucky Fried Chicken (KFC) Probolinggo* yang berjumlah 500 orang dengan sampel yang diambil sebanyak 60 orang, metode *Non Probability sampling* dengan teknik *sampling insidental*. Penelitian kuantitatif asosiatif yaitu dengan analisa regresi berganda. Variabel yang digunakan meliputi promosi, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Metode analisis data dari hasil penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan statistic berupa uji data validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian ditunjukkan dengan persamaan regresi  $Y = -17,186 + 0,762X_1 + 0,691X_2$  dan hasil uji hipotesis simultan  $F_{hitung}$  sebesar 29,399 >  $F_{tabel}$  3,16 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 membuktikan bahwa promosi dan kepuasan konsumen secara simultan terhadap loyalitas konsumen. Hasil uji hipotesis parsial  $t_{tabel} = 2,002$  dan nilai  $t_{hitung} X_1 = 5,737$ ,  $X_2 = 5,480$  dengan nilai signifikan keduanya < 0,025 membuktikan bahwa promosi dan kepuasan konsumen secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hasil uji hipotesis dominan menunjukkan variabel  $X_1$  memiliki nilai  $t_{hitung}$  5,737 lebih besar dari pada variabel independent lainnya.

**Kata Kunci** : Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen, Promosi

## ABSTRACT

*Khoiriyah, Nurul. 2020, Thesis. The Effect of Promotion and Consumer Satisfaction on Consumer Loyalty at the Kentucky Fried Chicken (KFC) Probolinggo. Management Study Program, Faculty of Economics, Panca Marga University Probolinggo.*

*This research was conducted at the Kentucky Fried Chicken (KFC) Probolinggo District with the research objectives to be achieved are (1) To find out the simultaneous influence between promotion and consumer satisfaction on consumer loyalty at the Kentucky Fried Chicken (KFC) Probolinggo. (2) To determine the partial effect between promotion and consumer satisfaction on consumer loyalty at the Kentucky Fried Chicken (KFC) Probolinggo. (3) To find out which variables between promotion and consumer satisfaction have a dominant influence on consumer loyalty at the Kentucky Fried Chicken (KFC) Probolinggo.*

*The population in this study were consumer Kentucky Fried Chicken (KFC) Probolinggo , amounting to 500 people with a sample taken of 60 people, the Non Probability sampling method with a sampling insidental technique. Associative quantitative research is by multiple regression analysis. The variables used include promotion, consumer Satisfaction and consumer loyalty. The method of analyzing data from the results of this study is a quantitative method using statistics in the form of data validity and reliability, classic assumption tests, multiple regression analysis, coefficient of determination and hypothesis testing.*

*The results are shown by the regression equation  $Y = -17,186 + 0.762X1 + 0.691X2$  and the results of the simultaneous hypothesis test  $F_{count}$  of 29,399 >  $F_{table}$  3.16 with a significant value of 0.000 prove that promotion and consumer satisfaction simultaneously on consumer loyalty. The results of the partial hypothesis test  $t_{table} = 2.002$  and  $t_{count}$   $X1 = 5.737$ ,  $X2 = 5,480$  with both significant values <0.025 prove that promotion and consumer satisfaction partially affect consumer loyalty. The results of the dominant hypothesis test show that variable  $X1$  has a  $t_{count}$  of 5.737 which is greater than other independent variables.*

**Keywords:** Consumer Loyalty, Consumer Satisfaction, Promotion