

## ABSTRAK

Wulandari, Tri. Abdul Haris, Yayuk Indah Wahyuningtyas 2020. Skripsi. **“Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada IKM Batik Manggur Kota Probolinggo”**. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian ini dilakukan pada IKM Batik Manggur Kota Probolinggo dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada IKM Batik Manggur Kota Probolinggo*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain kuantitatif (pengukuran). Metode kuantitatif dapat menggali data dengan cara penyebaran kuesioner yang kemudian akan dilakukan analisis dengan program Software SPSS For Windows Ver 22. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Konsumen IKM Batik Manggur yang berjumlah 44 orang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel *non probability sampling* yang berjumlah 44 orang.

Dengan menggunakan metode analisis data regresi linier berganda dengan uji f dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada IKM Batik Manggur Kota Probolinggo dari perhitungan uji f diperoleh  $f_{hitung} 80,935 > 3,14$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  selain itu R square yang bernilai 0,798 atau 79,8% menunjukkan bahwa variabel Y dipengaruhi oleh variabel X, sedangkan sisanya 20,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui, dan uji t diketahui bahwa secara parsial variabel promosi dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada IKM Batik Manggur Kota Probolinggo, dengan hasil pengujian diperoleh  $T_{hitung}$  untuk variabel promosi yaitu 6,218 lebih besar dari  $T_{tabel} 5,377$  dengan nilai sig.  $T = 0,000 < 0,025$  dan kualitas pelayanan (X2) secara parsial diperoleh  $T_{hitung} 5,377$  lebih besar dari  $T_{tabel}$  yaitu 1,997 dengan nilai sig.  $0,000 < 0,025$ . Dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien beta variabel promosi (X1) adalah sebesar 6,218 lebih besar dari koefisien variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 5,377. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel promosi (X1) berpengaruh secara dominan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada IKM Batik Manggur Kota Probolinggo.

**Kata kunci** : Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.

### *Abstract*

*This research was conducted at IKM Batik Manggur Probolinggo City with the aim to determine the effect of promotion and service quality on customer satisfaction at IKM Batik Manggur Probolinggo City.*

*This type of research is using quantitative descriptive methods. Quantitative research is the findings that can be achieved (obtained) using statistical procedures or other quantitative methods (measurement). Quantitative methods can explore data by distributing questionnaires which will then be analyzed with the SPSS For Windows Ver 22 Software program. The population used in this study is the Batik Manggur IKM Consumers, amounting to 44 people. The sample used in this study was non-probability sampling, totaling 44 people.*

*By using multiple linear regression data analysis methods with the  $f$  test and  $t$  test. The results showed that promotion and quality of service had a significant simultaneous effect on customer satisfaction at IKM Batik Manggur Kota Probolinggo from the  $f$  test count obtained  $f_{count} 80.935 > 3.14$  with a significant value of  $0,000 < 0.05$  besides  $R$  square with a value of  $0.798$  or  $79,8\%$  indicate that the  $Y$  variable is influenced by the  $X$  variable, while the remaining  $20.2\%$  is influenced by other unknown variables, and the  $t$  test is known that partially the promotion variable and service quality partially have a significant effect on customer satisfaction variables at IKM Batik Manggur Kota Probolinggo, with the test results obtained  $T_{hitung}$  for the promotion variable is  $6,218$  greater than  $T_{table} 5,377$  with  $sig. T = 0,000 < 0.025$  and the quality of service ( $X_2$ ) partially obtained  $T_{count} 5.377$  is greater than  $T_{table}$  that is  $1.997$  with a value of  $sig. 0,000 < 0.025$ . It can be explained that the beta coefficient value of the promotion variable ( $X_1$ ) is  $6.218$  greater than the coefficient of the variable service quality ( $X_2$ ) of  $5.377$ . Thus it can be concluded that the promotion variable ( $X_1$ ) has a dominant influence on the customer satisfaction variable ( $Y$ ) at the Batik Manggur IKM Kota Probolinggo.*

**Keywords:** *Promotion, Service Quality and Customer Satisfaction.*