

## ABSTRAK

Zainaf. 2022. Skripsi. **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Tampiaro Plaza Probolinggo.** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan dan promosi baik secara parsial (t) maupun secara simultan (F) terhadap variabel kepuasan pelanggan pada Hotel Tampiaro Plaza Probolinggo.

Perkembangan bisnis yang semakin ketat salah satunya adalah bisnis hotel. Usaha akan berhubungan dengan orang-orang yang menjadi pelanggan. Hotel yang ada di Kota Probolinggo salah satunya adalah Hotel Tampiaro Plaza Probolinggo, Hotel Tampiaro harus memberikan kualitas pelayanan serta promosi yang baik sesuai penawaran, agar kepuasan pelanggan meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tampiaro Probolinggo. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menginap di Hotel Tampiaro Probolinggo. Jumlah sampel sebanyak 89 responden dengan menggunakan teknik random sampling. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan *skala likert*. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada hotel tampiaro probolinggo baik secara simultan maupun parsial dengan nilai sig.  $F = 0,000 < 0,05$  dan nilai sig. t untuk masing-masing variabel kualitas pelayanan dan promosi adalah sig.  $t = 0,000 < 0,05$  dan sig.  $t = 0,002 < 0,05$ . Berdasarkan hasil penelitian, 78,8% kepuasan pelanggan dipengaruhi kualitas pelayanan dan promosi. Sedangkan sisanya sebesar 21,2% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak teliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan atau memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan Hotel Tampiaro Probolinggo dengan nilai koefisien beta sebesar 0,352. perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan kualitas pelayanan dan promosi agar meningkatkan kepuasan pelanggan.

**Kata-kata kunci:** kualitas pelayanan, promosi dan kepuasan pelanggan.

## **ABSTRACT**

Zainaf. 2022. Thesis. **The Effect of Service Quality and Promotion on Customer Satisfaction at the Tampiaro Probolinggo Plaza.** Program Study Management, Faculty of Economics, Panca Marga University Probolinggo.

*Increasingly stringent business developments, one of which is the hotel business. Business will connect with people who become customers. One of the hotels in the city of probolinggo is the Tampiaro Hotel Probolinggo. Tampiaro hotels must provide quality service and good promotions according to the offer, so that customer satisfaction increases. This research aims to determine the effect of quality service and promotion on the Tampiaro Hotel Probolinggo. This research uses quantitative research with survey method. The population in this study customers who stay at the Tampiaro Hotel. Total samples is 89 respondents by using saturated sampling method. The research instrument used a quistionnaire with likert scale. Data analysis method used multiple linear regression analysis. The results of this research indicate that quality service and promotion affect the customer satisfaction the Tampiaro Hotel Probolinggo either simultaneously or partially with sig.  $F = 0,000 < 0,05$  and the value of sig.  $t$  for quality service and promotion is sig.  $t = 0,000 < 0,05$  and sig.  $t$   $0,002 < 0,05$ . Based on the result o this research, 78,8% of quality service and promotion. Meanwhile, 21,2% of customer satisfaction by other variables not examined in this research. The results also shows that the quality service has the most dominant inluence orf has the greatest influence on the customer satisfaction of Tampiaro Hotel Probolinggo with beta coefficient 0,352. Companies should pay attention to quality service and promotion in order to increase customer satisfaction.*

**Keywords:** *quality service, promotion and customer satisfaction.*