

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan Bank BTN KCP Kopo, dan sampel yang di ambil terdiri dari 84 responden. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis jalur (*path*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan antara promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas nasabah baik secara parsial maupun simultan. Promosi penjualan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah secara langsung dengan pengaruh sebesar 0,268 atau 26,8%, kemudian pengaruh secara tidak langsung adalah sebesar 0,055 atau 5,5%. Kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah dengan pengaruh sebesar 0,421 atau 42,1%, kemudian pengaruh secara tidak langsung adalah sebesar 0,071 atau 7,1%. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan memiliki peran yang kecil sebagai variabel *intervening*.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Loyalitas