**ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen di PT Sakana Sejahtera Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen secara simultan dan parsial.

 Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *Field Research* dan *Library Research*. Dalam penentuan sampel digunakan teknik *Simple Random Sampling* karena adanya perbedaan strata dalam populasi, sampel dalam penelitian ini sebanyak 65 responden diperoleh dari populasi sebanyak 183 orang konsumen PT Sakana Sejahtera Bandung dengan menggunakan rumus Slovin. Skala yang digunakan adalah likert dengan instrumen penelitian berupa angket/kuesioner.

 Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,779, $t\_{hitung}$ 10,080 dan $R^{2}$ 60,1%. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,255, $t\_{hitung}$ 3,213 dan $R^{2}$ 11,9%. Kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $F\_{hitung}$ sebesar 80,145 dan $R^{2} $72,1%.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepuasan Konsumen,

***ABSTRACT***

*This research entitled The Influence of Service Quality and Promotion on Customer Satisfaction in PT Sakana Sejahtera Bandung. The purpose of this research is to find out and analyze the influence of service quality and promotion on customer’s satisfaction in PT Sakana Sejahrera Bandung both simultaneously and partially.*

*Data collection techniques used are Field research and Library Research. Utilizing Simple Random Sampling technique in determining the sample due to difference of strata in the population, the sample in this research consists of 65 respondents taken from the population of 183 PT Sakana Sejahtera customers by using Slovin’s formula. The scale used is Likert Scale with questionnaire as data collection and measurement tool.*

*The results of this research shows that service quality positively and significantly influence customer satisfaction with coefficient of regression value of 0,779,* $t\_{value}$ *of 10,080 and* $R^{2}$ *of 60,1%. Promotion positively and significantly influence customer satisfaction with coefficient of regression value of 0,225,* $t\_{value}$ *of 3,213 and* $R^{2}$ *of 11,9%. Service quality and promotion positively and significantly influence customer satisfaction with* $F\_{value}$ *of 80,145 and* $R^{2}$ *of 72,1%.*

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