**ABSTRAK**

Alfamart Cabang Darmaraja adalah jaringan toko swalayan yang merupakan cabang dari PT. Alfaria Trijaya yang umumnya menjual berbgai jenis produk makanan, minuman, dan barang kebutuhan lainnya. Berdasarkan penelitian di Alfamart Cabang Darmaraja ditemukan beberapa masalah yaitu kurangnya kesetiaan pelanggan terhadap pemblian produk yang dijual. Kurangnya kepercayaan konsumen atas produk dan harga yang ada

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, pengumpulan data melalui kuisioner, observasi dan wawancara. Kuisioner disebarkan kepada konsumen yaitu sebanyak 30 orang, sehingga teknik pengambilan sampel adalah teknik rumus fungsi waktu. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi dengan korelasi dan koefisien determinasi.

 Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kegiatan promosi penjualan di Alfamart Cabang Darmaraja berada pada taraf yang cukup baik.Promosi penjualan yang rendahakan berdampak kurang baik bagi perusahaan. Dengan kondisi seperti ini berdampak pada kurang optimalnya loyalitas pelanggan. Hasil pengujian statistik diperoleh bahwa terdapat pengaruh positif promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan pada Alfamart Cabang Darmaraja yaitu ditunjukkan dengan persamaan regresi artinya apabila promosi penjualan dilakukan optimal maka loyalitas pelanggan akan meningkat,tetapi apabila kegiatan promosi penjualan dilakukan kurang optimal maka loyalitas pelanggan akan menurun. Dengan demikian promosi penjualan mempengaruhi loyalitas pelanggan lebih besar sedangkan sisanya dipengaruhi oleh hal lain yang tidak diteliti seperti *Brand image*, kualitas pelayanandan kualitas produk.

Hambatan-hambatan yang dihadapi oleh Alfamart Cabang Darmaraja antara lalin pemberian kupon yang masih memberatkan konsumen hal ini terjadi karena konsumen harus membeli barang atau produk dengan jumlah minimum pembelajaan dan diadakan pada periode tertentu. Pemberian imbalan kesetian berupa program-program pemberian *reward* terhadap konsumen setia belum tersosialisasikan dengan baik sehinga tidak dapat dinikmati oleh setiap pelanggan.

Adapun usaha yang telah dilakukan Alfamart Cabang Darmaraja antara lain perusahaan memberikan kupon secara langsung kepada konsumen setelah konsumen berbelanja dengan jumlah pembelanjaan yang tidak terlalu tinggi dan memberikan informasi yang jelas kepada konsumen atas hadiah yang akan didapatkannya. Perusahaan memberikan informasi mengenai program imbalan kesetiaan untuk para pelanggan dengan jelas agar mudah diketahui oleh para pelanggan baik dalam media cetak dan media elektonik

Kata Kunci: **Promosi Penjualan, Loyalitas Pelanggan**

**ABSTRACT**

 Alfamart Darmaraja Branch is a supermarket chain that is a branch of PT. Alfaria Trijaya, which generally sells various types of food, beverage and other necessities. Based on research at Alfamart Darmaraja Branch found several problems, namely the lack of customer loyalty to the sale of products sold. Lack of consumer trust in existing products and prices

The research method used is descriptive method, data collection through questionnaires, observation and interviews. Questionnaires distributed to consumers are 30 people, so the sampling technique is a time function formula technique. The data analysis technique used is regression analysis with correlation and coefficient of determination.

 Based on the results of the study it is known that the sales promotion activities at the Darmaraja Alfamart Branch are at a pretty good level. Low sales promotion will have an adverse impact on the company. Under these conditions, the customer loyalty is less optimal. Statistical test results obtained that there is a positive effect of sales promotion on customer loyalty at the Darmaraja Alfamart Branch that is indicated by the regression equation, meaning that if sales promotion is done optimally, customer loyalty will increase, but if sales promotion activities are performed less optimally then customer loyalty will decrease. Thus sales promotion affects customer loyalty while the rest is influenced by other things not examined such as Brand image, service quality and product quality.

 The obstacles faced by the Darmaraja Branch of Alfamart between passing coupons that are still burdensome to consumers is because consumers have to buy goods or products with a minimum amount of purchases and are held for a certain period. The provision of loyalty rewards in the form of rewarding programs for loyal customers has not been well socialized so that it cannot be enjoyed by every customer.

 As for the effort that has been done by Darmaraja Alfamart Branch, among others, the company provides coupons directly to consumers after consumers shop with a number of purchases that are not too high and provide clear information to consumers about the prizes they will get. The company provides information regarding loyalty loyalty programs for customers clearly so that it is easily known by customers both in print and electronic media

**Keywords: Sales Promotion, Customer Loyalty**

**ABSTRAK**

 Alfamart Cabang Darmaraja nyaéta genah ranté toko nu cabang PT. Alfaria Trijaya nu umumna ngajual jenis berbgai produk pangan, inuman sarta barang konsumén lianna. Dumasar hasil panalungtikan di Alfamart Branch Darmaraja kapanggih sababaraha masalah, nyaéta kurangna kasatiaan ka arah produk pemblian dijual. Kurangna kapercayaan konsumen dina produk na harga anu

 Metodeu dipaké nyaéta métode déskriptif ngumpulkeun data ngaliwatan questionnaires, observasi jeung wawancara. Questionnaires disebarkeun ka konsumén saloba 30 jalma, jadi yén téhnik sampling nyaeta fungsi téhnik Rumus waktu. Téhnik analisis data nu dipaké nyaéta analisis régrési kalawan korelasi na koefisien tina tekad.

 Dumasar hasil survei anu kaungkap kagiatan sales promotion di Alfamart Cabang Darmaraja nyaéta dina tingkat anu cukup alus. Handap promosi jualan nu bakal mangaruhan kirang ogé pikeun pausahaan. Kalawan kaayaan ieu kirang ti dampak optimal dina kasatiaan customer. tés statistik némbongkeun yén aya hiji dampak positif promosi jualan on kasatiaan customer di Alfamart Cabang Darmaraja anu dituduhkeun ku persamaan regression hartina lamun sales promotion dipigawé optimal, kasatiaan customer baris ngaronjatkeun tapi lamun kagiatan sales promotion dipigawé kirang optimal, kasatiaan customer bakal nampik. koefisien korelasi. Kituna promosi jualan mangaruhan kasatiaan customer bari sésana dipangaruhan ku hal séjén anu teu ditalungtik sakumaha gambar brand, kualitas layanan sarta kualitas produk.

 Halangan Nyanghareupan ku Alfamart Cabang Darmaraja a antara Voucher lalulintas nu masih beungbeurat pamakéna ieu lumangsung alatan pamakéna kudu meuli barang atawa produk kalawan jumlah pembelajaan minimum jeung dilaksanakeun dina kurun waktu nu tangtu. program kasatiaan rewarding dina bentuk ganjaran ka konsumén satia teu acan tersosialisai leres kitu nu teu bisa dinikmati ku unggal customer.

 Usaha anu geus dilakukeun Alfamart Cabang Darmaraja diantara pausahaan séjén nyadiakeun kupon langsung ka konsumen sanggeus pamakéna balanja di jumlah pengeluaran nu teu teuing tinggi na nyadiakeun informasi jelas ka konsumén dina hadiah anu bakal kaala. Company nyadiakeun émbaran ngeunaan program ganjaran kasatiaan pikeun konsumén jelas bisa gampang diidentipikasi ku konsumén duanana di print jeung media elektronik.

**Konci: promosi Penjualan, kasatiaan Palanggan**