

## ABSTRAK

**Neng Euis Robiatul Awaliyah**, NIM111400890, Judul Skripsi **Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Siap Saji** (Studi di Pondok Pesantren Babus Salam Tangerang)

Sebuah produk yang dipasarkan di masyarakat luas tidak terlepas dari kegiatan promosi dan iklan. Promosi adalah yang telah diberikan oleh perusahaan dengan harapan perusahaan akan dapat meningkat. Hal yang wajar jika promosi menjadi focus semua produsen, mengingat promosi merupakan salah satu strategi yang sangat cocok dalam marketing, promosi dan potongan harga juga dapat mempengaruhi konsumen agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk-produk yang dihasilkan.

Dari latar belakang diatas maka penulis dapat merumuskan masalah dalam skripsi ini sebagai berikut :1) Apakah ada hubungan kuat Promosi terhadap kepuasan Konsumen ? 2) Seberapa besar pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada makanan siap saji?

Adapun tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen dengan adanya promosi. 2) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada makanan siap saji.

Metode penelitian ini yang digunakan dalam jenis penelitian ini adalah metode analisa kuantitatif, pengujian hipotesis dilakukan pada taraf 5%. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner dan wawancara dengan responden dan pihak pengurus Pondok Pesantren Babus Salam, dengan jumlah responden yang mengisi kuisisioner sebanyak 60 orang, dan menggunakan uji Koefisien Determinasi untuk mengukur seberapa besar pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y.

Dari hasil penelitian dengan menggunakan program SPSS versi 16.0, didapatkan hasil koefisien korelasi ( $R$ ) = 0,678 menyatakan kekuatan hubungan antara Variabel Independent ( Promosi ) terhadap Variabel Dependent (Kepuasan Konsumen) sebesar 67,8% yang artinya hubungan promosi memiliki hubungan kuat terhadap kepuasan konsumen. Dan hasil nilai Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,459, atau ini berarti bahwa Promosi mempengaruhi Kepuasan di Pondok Pesantren Babus Salam sebesar 45,9%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh Variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: promosi, latar belakang masalah promosi, tujuan promosi, metode penelitian, kepuasan konsumen