

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS PRODUK DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PT.SALIM JAYA MEDAN
(STUDI KASUS DISTRIBUSI MAKANAN BEKU)**

ABSTRAK

Hengky, Marke Wijaya, Tri Wahyuni Wijaya, Irene

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Salim Jaya Medan. Pendekatan penelitian ini menggunakan kuantitatif sedangkan jenis Penelitian menggunakan deskriptif. Sumber data menggunakan primer dan sekunder. Populasi penelitian berjumlah 109 pelanggan PT. Salim Jaya Medan sedangkan sampel penelitian menggunakan teknik Slovin yang berjumlah 86 orang. Penulis menggunakan analisis data berupa regresi linear berganda kemudian, uji validitas dan uji reabilitas, Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis/*Test Goodnes of fit*. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa promosi penjualan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Salim Jaya Medan.

Kata kunci: Promosi penjualan, kualitas produk, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

**EFFECT OF SALES PROMOTION, PRODUCT QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY IN PT.SALIM JAYA MEDAN
(CASE STUDY OF FROZEN FOOD DISTRIBUTION)**

ABSTRACT

Hengky, Marke Wijaya, Tri Wahyuni Wijaya, Irene

This study aims to determine the effect of sales promotion, product quality and customer satisfaction together on customer loyalty at PT. Salim Jaya Medan. This research approach uses quantitative while the type of research uses descriptive. Data sources use primary and secondary. The study population numbered 109 customers of PT. Salim Jaya Medan while the research sample used Slovin technique, amounting to 86 people. The author uses data analysis in the form of multiple linear regression then, validity and reliability testing, Classic Assumption Test and Hypothesis Test / Test Goodnes of fit. Based on the results of research partially shows that sales promotion variables have a positive and significant effect on customer loyalty, customer satisfaction variables have a positive and significant effect on customer loyalty. While the results of simultaneous testing indicate that sales promotions and customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty at PT. Salim Jaya Medan.

Keywords: Sales promotion, product quality, customer satisfaction, customer loyalty