

ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah dampak bauran promosi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bernofarm cabang Jember tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), pemasaran langsung (*direct marketing*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bernofarm cabang Jember. metode analisis yang digunakan menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Sampel yang digunakan 100 responden yang merupakan apotek-apotek di Kabupaten Jember dan Kabupaten Bondowoso. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dan wawancara. Metode yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *advertising* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *sales promotion* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *direct marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Bauran Promosi, Kepuasan Pelanggan, Regresi Linier Berganda

ABSTRACT

The title of this research is the impact of the promotion mix on customer satisfaction at PT. Bernofarm Jember branch the purpose of this research is to find out whether advertising (advertising), personal selling (personal selling), sales promotion (sales promotion), direct marketing (direct marketing) affect customer satisfaction at PT. Bernofarm Jember branch. The analytical method used is the descriptive quantitative analysis method. The sample used is 100 respondents who are pharmacies in Jember Regency and Bondowoso Regency. The sampling method in this study uses purposive sampling. Data collection techniques through the distribution of questionnaires and interviews. The method used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the advertising variable has a significant effect on customer satisfaction, personal selling has a significant effect on customer satisfaction, sales promotion has a significant effect on customer satisfaction, direct marketing has a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Promotional Mix, Customer Satisfaction, Multiple Linear Regression

