

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya peningkatan dan penurunan pada tahun 2017-2021 Salon Sheryl mengalami penurunan pada tahun 2020 – 2021 dikarenakan terjadi pandemi. dapat dirumuskan dalam penelitian ini bahwa Salon Sheril di tengah fenomena persaingan yang semakin ketat berdasarkan pada dimensi kualitas pelayanan seperti (bukti fisik) (Reliabilitas)(daya tanggap) (kesopanan) (keamanan) (kredibilitas) (akses) (kompetensi) (komunikasi) dan atribut apa saja yang perlu ditingkatkan guna untuk meningkatkan kualitas pelayanan salon sheryl. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui kepuasan konsumen dan strategi pemasaran dengan membentuk pelanggan-pelanggan yang loyal untuk meningkatkan pangsa pasar yang lebih luas melalui promosi, harga dan kualitas layanan.

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah asosiatif. penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih, populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang telah menggunakan jasa salon Sheryl dengan jumlah sample yang diambil sebanyak 70 orang. Dalam penelitian ini akan dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala. Metode pengumpulan data pada penelitian ini antara lain: observasi, wawancara, Sedangkan variabelnya antara lain variable independen dan variable dependen, untuk mengukur variable pendekatan riset berupa survei "Skala Likert".

Hasil penelitian menunjukkan Promosi harga dan kualitas layanan yang diberikan juga memberkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Salon Shery menawarkan berbagai macam paket wedding dengan dengan harga yang relatif terjangkau disemua kalangan. Sehingga konsumen yang memakai jasa Salon Sheryl sangat puas terhadap harga yang ditawarkan dengan kualitas produk dan jasa yang berkualitas.

Maka dapat disimpulkan, berdasarkan pernyataan dari narasumber bahwa promosi ini sangat membantu dapat mempromosikan jasa wedding yang disediakan oleh salon Sheryl. Promosi yang disediakan menarik dari faktor gambar, caption, serta komunikasi admin menjawab semua pertanyaan konsumen dengan cepat dan jelas, hal ini dapat meningkatkan kepuasan terhadap konsumen.

**Kata kunci: promosi, harga, kualitas layanan, kepuasan konsumen.**

## ABSTRACT

This research was motivated by an increase and decrease in 2017-2021 Sheryl's Salon experienced a decline in 2020-2021 due to a pandemic. It can be formulated in this study that Salon Sheryl is in the midst of an increasingly fierce competition phenomenon based on dimensions of service quality such as (physical evidence) (reliability) (responsiveness) (politeness) (security) (credibility) (access) (competence) (communication) and what attributes need to be improved in order to improve the service quality of the Sheryl salon. The purpose of writing this thesis is to determine customer satisfaction and marketing strategy by forming loyal customers to increase wider market share through promotion, price and service quality.

The type of research used by the researcher is associative. Associative research is a study that aims to determine the relationship between two or more variables, the population in this study are consumers who have used the services of Sheryl's salon with a total sample of 70 people. In this study, a theory will be built that can function to explain, predict, and control a symptom. Data collection methods in this study include: observation, interviews, while the variables include independent variables and dependent variables, to measure the research approach variables in the form of a "Likert Scale" survey.

The results showed that price promotion and the quality of services provided also had a significant influence on consumer satisfaction. Salon Sheryl offers various kinds of wedding packages at relatively affordable prices for all circles. So that consumers who use the services of Salon Sheryl are very satisfied with the prices offered with quality products and services.

It can be concluded, based on statements from informants that this promotion is very helpful in promoting wedding services provided by Sheryl's salon. The promotions provided are interesting from the image, caption, and admin communication factors to answer all consumer questions quickly and clearly, this can increase customer satisfaction.

**Keywords: promotion, price, service quality, customer satisfaction.**