

## ABSTRAK

SUBKI. Pengaruh *Customer bonding* Dan Strategi Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bakso Rusuk Sunan Giri Tebet. Di bawah bimbingan HUSNAYETI.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui Pengaruh *Customer bonding* Dan Strategi Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bakso Rusuk Sunan Giri Tebet baik secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian yang dilakukan adalah bersifat kuantitatif menggunakan jenis data primer yang diperoleh dari kuesioner. Metode analisa data menggunakan teknik uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (uji t), uji simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi dengan variabel *Customer bonding*, variabel X<sub>2</sub> Strategi Promosi, variabel dan variabel Y Kepuasan Konsumen. Pengujian dilakukan menggunakan program output SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan *Customer bonding* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan Strategi Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial dengan nilai signifikansi sebesar  $0,013 < 0,05$ . *Customer bonding* Dan Strategi Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen diketahui nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Customer bonding* Dan Strategi Promosi terbukti memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen.

**Kata Kunci:** *Customer bonding*, Strategi Promosi, Kepuasan Konsumen