

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan promosi penjualan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Indra Cellular

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Indra Cellular Kudus. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*, yaitu Teknik sampling berdasarkan faktor spontanitas.

Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel kualitas pelayanan dengan koefisien regresi sebesar 0,454, lalu variabel promosi penjualan dengan koefisien regresi sebesar 0,452. Berdasarkan analisis regresi, diketahui bahwa koefisien regresi tertinggi yaitu pada kualitas pelayanan, sedangkan nilai indeks tertinggi terdapat pada indikator 4 dan terendah terletak pada indikator 5, maka dengan demikian saran yang harus diberikan adalah bahwa Indra Cellular harus meningkatkan indikator 5 yaitu sarana berkomunikasi dengan pelanggan, hal ini dikarenakan mayoritas pelanggan belum sepenuhnya mengetahui sarana berkomunikasi yang disediakan oleh Indra Cellular.

Kata-kata kunci: kualitas pelayanan, promosi penjualan, loyalitas pelanggan.