

## ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini mempengaruhi tumbuhnya pengguna internet. Dengan begitu, timbulah perdagangan bisnis online yang sekarang menjadi tren. Dengan mengikuti era seperti ini perusahaan mempunyai ide untuk membuat pembukuan bagi bisnis online. Banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan seperti keputusan-keputusan dalam menyusun program promosi penjualan dan juga pemasaran langsung yang dilakukan perusahaan untuk menarik konsumen. Dengan menggunakan promosi penjualan dan promosi langsung mampu mengetahui keinginan dan kepuasan konsumen serta untuk meningkatkan penjualan produk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana promosi penjualan menurut persepsi konsumen PT. Clodeo Indonesia Jaya, untuk mengetahui bagaimana pemasaran langsung menurut persepsi konsumen PT. Clodeo Indonesia Jaya, dan juga untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi penjualan dan pemasaran langsung terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Clodeo Indonesia Jaya secara simultan dan parsial. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, dengan menggunakan metode kausal, peneliti menggunakan regresi berganda sebagai teknik analisis data. Teknik sampling yang digunakan non – probability sampling purposive dengan jumlah sample sebanyak 100 responden

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian deskriptif promosi penjualan berada dalam kategori baik yaitu 80%, pemasaran langsung 81% dan kepuasan pelanggan 81% termasuk dalam kategori baik 68% - 84% pada garis kontinum Promosi penjualan dan pemasaran langsung memiliki efek simultan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 81,5% sedangkan sisanya yaitu sebesar 18,5% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Pemasaran Langsung dan Kepuasan Pelanggan