

## ABSTRAK

Pada era perkembangan bisnis saat ini persaingan semakin bertambah ketat dengan menawarkan keunggulannya masing-masing. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen di *Coffee Shop* Tokopi Caruban. Penelitian ini menggunakan desain kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengolahan data yang digunakan menggunakan teknik uji Normalitas, uji Validitas, uji Reliabilitas, uji Regresi Linear Sederhana dan uji Hipotesis (uji T) menggunakan program software SPSS versi 26.00. Hasil analisis uji t hitung diketahui bahwa nilai sig  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Coffee Shop* Tokopi Caruban. Secara determinasi bahwa promosi memiliki pengaruh sebesar 86,2% terhadap kepuasan konsumen di *Coffee Shop* Tokopi Caruban.

Kata Kunci: *Promosi, Kepuasan Konsumen*