ABSTRAK

Persaingan bisnis semakin ketat termasuk persaingan bisnis bidang jasa pengiriman. JNE sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman termasuk memiliki penjualan tertinggi pada tahun 2020 setelah salah satu pesaing bisnis sejenisnya yaitu J&T. Persaingan kompetitor ini menjadi fenomena penelitian dimana JNE menawarkan promosi seperti *cashback* dan diskon ongkir untuk meningkatkan penjualannya agar pelanggannya merasa puas dan loyal menggunakan jasa JNE. Terlebih JNE di Kota Bandung menawarkan promosi seperti *cashback* dan diskon ongkir kepada pelanggannnya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa JNE dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, dengan teknik analisis menggunakan metode SEM pada software SmartPLS dan menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* sebanyak 400 responden melalui penyebaran kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian dengan menguji hipotesis, disimpulkan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel *intervening*.

Kata Kunci: Promosi, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.