

## **Abstrak**

Telkom University merupakan perguruan tinggi swasta yang menyediakan sistem pembelajaran daring melalui platform Learning Management System (LMS), yang mendukung kelancaran kegiatan belajar mengajar dan berfungsi sebagai media komunikasi antara dosen dan mahasiswa saat pandemi COVID melanda Indonesia. Tentunya hal ini membutuhkan alat yang mendukung kelancaran belajar, seperti smartphone. Kualitas produk merupakan hal yang perlu diperhatikan dan menjadi nilai penting bagi pengguna karena membantu memenuhi kebutuhan dan keinginannya, serta promosi yang dilakukan oleh produsen smartphone dalam memperkenalkan produk dan kelebihanannya agar dapat bersaing dengan kompetitor. Salah satu merek ponsel pintar adalah Oppo yang merupakan merek ponsel pintar terbaik di Indonesia pada tahun 2021 dan memenangkan penghargaan Top Brand pada tahun 2021. Tujuan penelitian yang melibatkan mahasiswa administrasi bisnis Telkom University ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Smartphone Oppo. Selain metode *simple random sampling* dan pengolahan data regresi linier berganda, metodologi penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Temuan penelitian menunjukkan efek simultan dan parsial dari kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan secara bersamaan dipengaruhi oleh kualitas produk dan promosi sebesar 80,3%.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Promosi, Kepuasan Pelanggan