

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT GUNUNG KAWI

Hendry <sup>1</sup>, Winda Evyanyto <sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

e-mail : [pb180910010@upbatam.ac.id](mailto:pb180910010@upbatam.ac.id)

## ABSTRACT

*In the era of today's level of business competition, we can even say that every company is trying to survive in the business world. This study aims to determine the effect of service quality and promotion on customer satisfaction at PT Gunung Kawi. PT Gunung Kawi is a company engaged in distributors located in Batam, Riau Islands. The tool used in this study is multiple linear regression analysis with a total of 129 respondents and using SPSS as a tool in managing the data obtained. The results of this study are the Service Quality variable (X1) has a positive and significant effect on Customer Satisfaction (Y), and the Promotion variable (X2) has a significant influence on Customer Satisfaction (Y) and the Service Quality variable (X1) and Promotion (X2) has a significant impact. simultaneously has a positive and significant impact on customer satisfaction (Y) at PT Gunung Kawi in batam city.*

**Keywords:** Satisfaction, service, research, promotion of human resources

---

## PENDAHULUAN

Pada zaman tingkat persaingan bisnis kini menjadi sangat sengit bahkan bisa kita katakan bahwa setiap perusahaan berusaha untuk bertahan di dunia bisnis. Terutama untuk perusahaan yang bergerak di bidang distributor. Dalam mengoperasikan sebuah bisnis Cuma memiliki dua jalan yaitu berhasil dan gagal. sebuah perusahaan atau bisnis bisa di bilang berhasil jika dalam menghasilkan keuntungan dan juga sebaliknya perusahaan dikatakan gagal jika di dalam perusahaan tidak dapat menghasilkan laba atau keuntungan dalam jangka waktu tertentu.

Kualitas pelayanan merupakan sebuah pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan berdasarkan standar prosedur pelayanan yang ditetapkan oleh perusahaan. Dalam upaya mencapai tingkat kepuasan dalam hal kualitas pelayanan selalu ditemukan celah yang mengakibatkan tingkat kepuasan tidak bisa mencapai tingkat positif.

Untuk mengatasi masalah ini ialah dengan cara mengukur tingkat kualitas pelayanan baik dari sisi sudut pandang manajemen dan juga dari sudut pandang pelanggan (Felicia, 2020: 56)

Dari sudut pandang (Achmad Fathoni Rodli<sup>1</sup>, 2021:304) menyatakan bahwa Promosi ialah rencana penjualan untuk mendorong kegiatan memasarkan produk di pasar. Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari perbandingan antara ekspektasi dengan pelayanan yang didapatkan, jika kualitas yang didapatkan tidak sesuai dengan ekspektasi maka akan mengakibatkan kepuasan pelanggan menjadi rendah dan juga sebaliknya jika sesuai ataupun melebihi harapan pelanggan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Di saat ini Kepuasan Pelanggan ialah faktor yang sangat perlu diperhatikan oleh pihak perusahaan di karena kepuasan pelanggan yang tinggi akan memberikan respon yang positif untuk perusahaan. (Purwati and

Cutan 2020:47) PT Gunung Kawi Merupakan Perusahaan bidang distributor merek Rucika dan Yuta. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1989. Permasalahan promosi yang terjadi di PT Gunung kawi, dimana perusahaan biasanya melakukan kegiatan pemasangan spanduk, dan lain- lain. Sebaliknya PT Gunung Kawi tidak sering melakukan promosi-promosi tersebut sehingga perusahaan kurang dikenal dalam masyarakat. Pelanggan yang tidak merasa puas dengan kualitas pelayanan dan promosi yang diberikan, maka pelanggan tersebut tidak akan melakukan pembelian ulang produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

## KAJIAN TEORI

### 2.1 Kualitas Pelayanan

Menurut (Sihite, 2020:267) Kualitas pelayanan ialah sebuah cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi keinginan pelanggan dengan harapan pelanggan akan melakukan transaksi ulang dimasa akan datang. Dari sudut pandang (Aswad et al., 2018) ada 5 indikator yang penting di kualitas pelayanan, sebagai berikut:

1. Reliability
2. Daya tanggap
3. Jaminan
4. Empati
5. Bukti fisik

### 2.2 Promosi

Dari sudut pandang (Sari, 2019: 104) Promosi merupakan taktik perusahaan untuk mendapatkan posisi perusahaan dalam pasar dan untuk meningkatkan kegiatan pemasaran dari produk maupun layanan jasa yang disediakan perusahaan.

Dari sudut pandang (Achmad Fathoni Rodli1, 2021) indikator promosi menjadi 4 yaitu:

1. Promosi penjualan
2. Penjualan personal
3. Public Relation
4. iklan

### 2.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan sebuah perasaan yang didapatkan pelanggan setelah melakukan perbandingan antara kesanya terhadap kinerja produk dan hasil yang didapatkan setelah melakukan transaksi.

Dari sudut pandang (Aswad et al., 2018:79) indikator kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut sebagai berikut:

1. Kinerja yaitu jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas.
2. Harga yaitu jika perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menurunkan harganya atau meningkatkan pelayanan, mungkin laba akan menurun.
3. Ekspektasi merupakan khayalan yang dimiliki oleh pelanggan sebelum melakukan transaksi dengan perusahaan, ekspektasi ini bisa timbul disebabkan oleh banyak hal seperti pembelian di masa lampau, iklan yang dilihat, dan informasi-informasi yang didapatkan dari orang yang telah melakukan transaksi dengan tempat yang hendak di tuju.

### 2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian tinjauan pustaka. Penelitian pendahulu dideskripsikan secara sistematis berdasarkan hasil penelitian pendahulu, dan dihubungkan dengan penelitianHasil penelitian sebelumnya tentang permasalahan yang diangkat disajikan sebagai berikut:

(H. Hermawan,2018) Dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan serta dampaknya terhadap loyalitas (Studi di Ciater Spa Resort)” dengan kesimpulan kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan pengunjung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung.

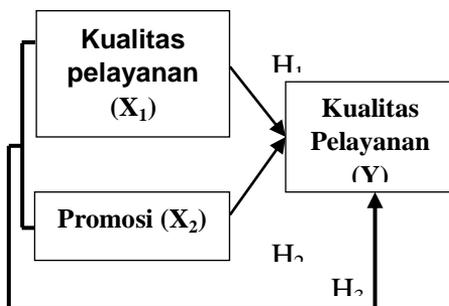
(Elfian & Ariwibowo, 2018) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen bis Transjakarta di terminal kampung melayu” dengan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap kepuasan konsumen.

(Handoko, 2017) melakukan penelitian dengan judul “pengaruh promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan” promosi, harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada JNE Medan.

(Sari, 2019) Melakukan penelitian dengan judul “analisis pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada toko kue XYZ di Jakarta” hasil dari penelitian ini adalah kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan promosi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan

(Lestari, 2019) Dengan judul “Pengaruh waktu tunggu, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada maskapai Garuda Indonesia di terminal 3 bandara soekarno hatta” hasil penelitian dengan uji statistic secara parsial menyatakan bahwa waktu tunggu, variabel harga dan kualitas layanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## 2.5 Hipotesis



## Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Dari uraian teoritis, struktur ideologi dan hasil penelitian selama ini, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian, yang dinyatakan sebagai berikut:

H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Gunung Kawi.

H2: Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Gunung Kawi.

H3: Kualitas Pelayanan dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pada PT Gunung Kawi

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kuantitatif yang memiliki tujuan untuk mencari hubungan kualitas pelayanan dan promosi terhadap Kepuasan pelanggan. (Agung & Yuesti, 2019: 33).

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan untuk penelitian ini ialah simple random sampling, teknik ini merupakan teknik sampling yang memberikan peluang yang sama kepada anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel.

### 3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah uji distribusi yang dilakukan analisis untuk mengetahui penyebarannya normal atau tidak, cara untuk menentukan apakah sebuah model berdistribusi normal atau tidak bisa dilihat dari bentuk histogram residual yang memiliki bentuk lonceng atau tidak (Pandjaitan et al., 2017).

### 3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki perbedaan dengan variabel berasal residual satu pengamatan ke pengamatan lain, apabila hasil di grafik scatter plot jika tidak ada pola yang jelas maka bisa dipastikan bahwa tidak terjadi tanda-

tanda heteroskedastisitas (Rochaety et al.,2019:181).

### 3.3 Uji Multikolinearitas

Menurut (Pandjaitan et al.,2017: 93) Multikolinieritas merupakan kondisi yang dimana terjadi hubungan yang erat diantara variabel-variabel bebas (X) yang diikuti sertakan dalam pembentukan regresi linear. Variance Inflation Factor atau yang biasa disingkat sebagai VIF. VIF ialah alat uji yang digunakan untuk menguji apakah terjadi gejala multikolinearitas. Model regresi yang baik dapat dilihat dari hasil perhitungan VIF <10 dan jika nilai VIF menghasilkan >10 berarti terjadi multikolinieritas di dalam model regresi.

### 3.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Pandjaitan et al., 2017:103) analisis regresi berganda ialah analisis statistik yang menghubungkan antara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat.

### 3.5 Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa tinggi pengaruh hubungan antara variabel bebas (X1 X2) dengan variabel terikat (Y1) dengan menggunakan analisis koefisien determinasi.(Hermawan & Amirullah, 2016:143).

### 3.6 Uji Parsial (Uji T)

Hipotesis memberikan pernyataan hubungan yang berlangsung dan dapat di uji dalam penelitian. Pertanyaan tidak bisa di uji secara langsung, tetapi kita bisa menguji variabel yang berhubungan pernyataan tersebut yang akan di uji(Pandjaitan et al., 2017:103) Dalam melakukan analisis uji t ada beberapa ciri-ciri yang harus diperhatikan antara lain:

1.jika hasil T hitung  $\leq$  T tabel dan nilai sig yang lebih tinggi dari 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak, maka disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2.jika T hitung  $\geq$  T tabel dengan nilai sig yang lebih rendah 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima, sehingga disimpulkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen

### 3.7 Uji Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil penelitian berdasarkan jenis kelamin responden

**Tabel 1.** Hasil Uji Berdasarkan Jenis Kelamin  
**Jenis kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Perempuan	52	40.3	40.3
	Pria	77	59.7	59.7

(Sumber: Hasil Data SPSS 25, 2021)

Berdasarkan tabel 1 bisa diketahui bahwa dari total 129 responden terdapat 55 perempuan dengan tingkat

presentase sebesar 40,3% dan sisanya 77 pria dengan Persentase sebesar 59,7%

4.2 Hasil Penelitian Berdasarkan Umur

**Tabel 2.** Hasil Uji Berdasarkan Usia  
**Umur**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-25	106	28,2	82,2	82,2
	26-30	16	12,4	12,4	94,6
	31-35	7	5,4	5,4	100
	Total	129	100	100	

(Sumber: Hasil Data SPSS 25, 2021)

Dari tabel 2 bisa dapat kita ketahui bahwa dari total 129 responden, 106 responden yang berusia diantara 20-25 dengan tingkat Persentase sebesar 82,2% , untuk responden yang berusia

diantara 26-30 memiliki 16 orang responden dan untuk pelanggan yang berusia 31-35 tahun Cuma ada 7 responden.

#### 4.3 Hasil Uji Berdasarkan Pendidikan

**Tabel 3.** Hasil Uji Berdasarkan Pendidikan  
**Pendidikan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S1	7	5.4	5.4	5.4
	SMA/SMK	122	94.6	94.6	100
	Total	129	100	100	

(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021)

Dari tabel 3 bisa diketahui bahwa dari total 129 responden terdapat 7 responden yang memegang gelar sarjana dengan tingkat Persentase

5,4% dan sisanya 122 responden memiliki tingkat pendidikan SMA / SMK dengan tingkat presentasi sebesar 94,6%.

#### 4.4 Hasil Uji Validitas

**Tabel 4** Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,499	0,1729	<i>Valid</i>
	X1.2	0,666		
	X1.3	0,696		
	X1.4	0,670		
	X1.5	0,581		
	X1.6	0,557		
Promosi (X2)	X2.1	0,500	0,1729	<i>Valid</i>
	X2.2	0,552		
	X2.3	0,544		
	X2.4	0,616		
	X2.5	0,624		
Kepuasan Pelanggan (Y1)	X2.6	0,643	0,1729	<i>Valid</i>
	Y1.1	0,811		
	Y1.2	0,742		
	Y1.3	0,739		

(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021)

Berdasarkan data yang dipaparkan dalam tabel 4, dapat dijelaskan bahwa:

t nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel, maka untuk variabel Kualitas

4.5 Hasil Uji Reliabilitas

**Tabel 5** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,606	>0,60	reliabel
Promosi (X2)	0,665		
Kepuasan Pelanggan (Y1)	0,643		

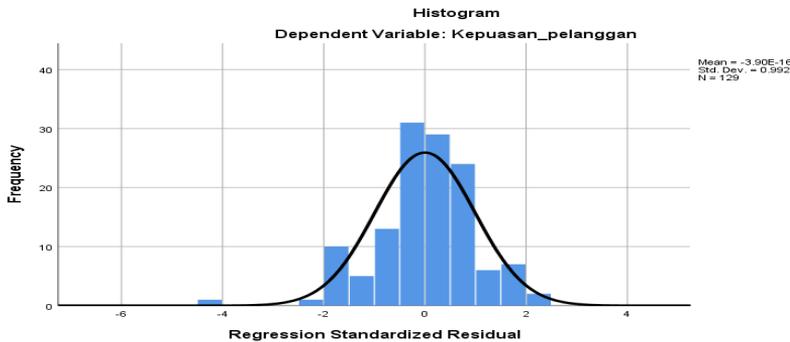
(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021)

Pada tabel 5 pada kolom Cronbach's Alpha bisa dilihat bahwa semua variabel memiliki

angka lebih besar dari 0,60 maka semua variabel dikatakan reliabel.

4.6 Hasil Normalitas

**Gambar 1.** Hasil Normalitas



(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021)

Uji normalitas pada gambar diatas bisa dikatakan valid dikarenakan garis

didasar membentuk sebuah kurva berbentuk lonceng.

4.7 Uji Multikolinearitas

**Tabel 6.** Uji Multikolinearitas  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Kualitas_pelayanan	.917	1.090
Promosi	.917	1.090

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pelanggan

(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021)

Berdasarkan hasil olahan data primer yang ditunjukkan pada tabel 8 menunjukkan bahwa nilai VIF untuk variabel kualitas pelayanan sebesar

1.090 dengan nilai tolerance sebesar 0,917 dan nilai VIF pada variabel promosi sebesar 1090 dengan nilai tolerance sebesar 0,917. Nilai VIF

pada penelitian ini lebih besar dari 10 maka bisa dinyatakan bahwa model

regresi ini tidak terjadi multikolinearitas.

#### 4.8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.984	0.709		2.8	0.006
1 Kualitas_pelayanan	0.023	0.025	0.083	0.912	0.363
Promosi	-0.065	0.025	-0.237	2.622	0.01

a. Dependent Variable: abresid

(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat dilihat bahwa hasil sig pada variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel Promosi (X2) lebih besar dari 0,05 maka membuktikan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

#### 4.9 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 7 Hasil Uji Regresi inear Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.984	0.709		2.8	0.006
1 Kualitas_pelayanan	0.023	0.025	0.083	0.912	0.363
Promosi	-0.065	0.025	-0.237	2.622	0.01

a. Dependent Variable: abresid

(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh analisi model estimasi regresi linear berganda yaitu  $Y=0,973 + 0,295 + 0,161$ . Dan bisa dijelaskan sebagai berikut ini:

1. Nilai konstanta sebesar 0,973 yang artinya jika variabel kualitas pelayanan dan promosi nilainya nol, maka variabel kepuasan pelanggan bernilai 0,973.
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai sebanyak 0,295, yang ialah variabel independent lainnya tetap

- serta variabel kualitas pelayanan (X1) akan mengalami kenaikan satu skor, maka akan menaikkan kepuasan pelanggan(Y1)sebanyak 0,295. Koefisien variabel kualitas pelayanan (X1) ialah positif, yang artinya kualitas pelayanan (X1) memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan pelanggan (Y1), naiknya nilai kualitas pelayanan (X1) maka nilai kepuasan pelanggan juga akan mengalami kenaikan (Y1).
3. Nilai koefisien variabel promosi memiliki nilai sebesar 0,161, yang

artinya jika jika variabel independent lainnya tetap dan variabel promosi (X2) akan mengalami kenaikan satu skor, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,161. Koefisien variabel promosi (X2) ialah positif,

yang artinya promosi (X2) memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan pelanggan (Y1), naiknya nilai promosi (X2) maka nilai kepuasan pelanggan juga akan mengalami kenaikan (Y1).

#### 4.10 Uji Koefisien Determinasi (R2)

**Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	. 670 <sup>a</sup>	. 449	. 441	1. 334

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas\_pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan\_pelanggan

Sumber: Hasil Olahan Data Primer SPSS 25,2021

berasal tabel diatas mampu dipandang bahwa nilai R sebanyak 0,670 dan nilai R square memiliki nilai 0,499, ini artinya bahwa kualitas pelayanan serta promosi

memiliki hubungan terhadap kepuasan sebesar 44,9% serta sisanya 55,1% dipengaruhi sang variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini

#### 4.11 Uji T

Uji ini digunakan untuk mencari tahu seberapa jauh pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan  $\alpha = 0,05$

Kriteria pengujian :

1. Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  dan diterima  $H_1$ . Artinya, variabel

bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

2. Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  dan ditolak  $H_1$ . Artinya, variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

x

**Tabel 11.Uji T Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.973	1.087		0.895	0.372
1 Kualitas_pelayanan	0.295	0.039	0.525	7.613	0
Promosi	0.161	0.038	0.292	4.233	0

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pelanggan

Sumber: Hasil Olahan Data Primer SPSS 25,2021

#### 4.12 Uji F

Uji f digunakan untuk mencari tahu apakah ada pengaruh antar kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap kepuasan

pelanggan, pada penelitian ini di ketahui bahwa nilai F tabel ialah sebesar 3,07 dan hasil uji f bisa dilihat pada tabel 12 dibawah ini.

**Tabel 12. Uji F ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	183.026	2	91.513	51.434	.000 <sup>b</sup>
1	Residual	224.183	126	1.779		
	Total	407.209	128			

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pelanggan

b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas\_pelayanan

Sumber: Hasil Olahan Data Primer SPSS 25,202

## SIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari pembahasan dan penelitian yang telah dilakukan peneliti maka hasil penelitian bisa disimpulkan sebagai berikut:

Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT Gunung Kawi dengan nilai signifikan pada uji t sebesar 0,0 lebih kecil dari 0,5 dan nilai t hitung sebesar 7,613 lebih besar t tabel 1,9789.

Promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT Gunung Kawi dengan nilai signifikan pada uji t sebesar 0,0 lebih kecil dari 0,5 dan nilai t hitung sebesar 4,233 lebih besar dari nilai t hitung 1,9789.

Kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Gunung Kawi dan nilai signifikan pada uji f sebesar 0,00 lebih kecil 0,05 dan nilai f hitung sebesar 51,434 lebih besar dari nilai f tabel yang Cuma sebesar 3,07

Saran-saran yang bisa disampaikan oleh penulis ialah sebagai berikut:

1. Perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan agar bisa

memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para pelanggan untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.

2. Perusahaan juga diharapkan lebih sering melakukan kegiatan promosi supaya perusahaan lebih dikenal dimasyarakat umum dan memberikan kesan yang positif pada pelanggan.

3. Untuk peneliti selanjutnya di harapkan bisa menambahkan variabel lain yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan, baik itu: harga, inovasi produk dan lain-lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Fathoni Rodli1, S. K. (2021). Analisis pengaruh lokasi, persepsi harga, promosi terhadap kepuasan konsumen tanaman hias di " pasar puspa agro sidoarjo ." *Iqtishadequity*, 3(2).
- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif Edisi Ke-1* (Vol. 1). <https://www.journals.segce.com/index.php/KARTI/article/view/47/>

- Aswad, S., Realize, R., & Wangdra, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2), 77.  
<https://doi.org/10.33884/jimupb.v6i2.681>
- Felicia, N. (2020). Studi Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Citra Nusa Insan Cemerlang (CNI) untuk Kategori Produk Food. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(1), 54.  
<https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i1.6799>
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & kualitatif. *Metode Penelitian Bisnis Bandung*, 264.
- Pandjaitan, Rouly, D., & Ahmad, A. (2017). Buku Ajar Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung*, 230.
- Rochaety, E., Tresnati, R., & Latief, A. M. (2019). Metodologi penelitian bisnis dengan aplikasi SPSS. In *Jakarta: Mitra Wacana Media*.
- Sari, S. P. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Kue Xyz Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(4), 103–112.  
<https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i4.4997>
- Sihite, R. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Alfamart Marchelia Batam. *Issn: 1979-5408*, 13(1), 35–41.
- Yulianto, W. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Aleea Shopid Kebumen. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 168–172. <https://ejournal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/244>

