

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(Studi Kasus: PT. Sinar Sosro Wilayah Pemasaran Purwakarta)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Pada  
Program Studi Pendidikan Sistem dan Teknologi Informasi Universitas Pendidikan  
Indonesia Kampus Purwakarta



**Oleh**  
**Agesti Awaliyah**  
**NIM 1808003**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SISTEM DAN TEKNOLOGI INFORMASI  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
KAMPUS PURWAKARTA  
2022**

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

Oleh

**AGESTI AWALIYAH**

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana  
Pendidikan pada Fakultas Pendidikan Sistem dan Teknologi Informasi

© AGESTI AWALIYAH 2022  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Agustus 2022

Hak Cipta dilindungi undang-undang.  
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,  
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

## **AGESTI AWALIYAH**

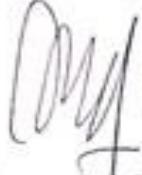
### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK DAN**

### **PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(Studi Kasus: PT. Sinar Sosro Wilayah Pemasaran Purwakarta)

Disetujui dan disahkan oleh dosen pembimbing

Dosen Pembimbing I



Dian Permata Sari, S.Kom., M.Kom.

NIP.920171219890308201

Dosen Pembimbing II



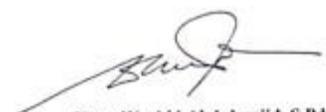
Ahmad Rauzi, S.Si., M.T.

NIP.920171219820915101

Mengetahui,

Ketua Program PSTI-S1

UPI Kampus Purwakarta



Nur Wachid Abdulmajid, S.Pd., M.Pd.

NIP.920171219910625101

Agensi Awaliyah, 2022

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**  
**(Studi Kasus: PT. Sinar Sosro Wilayah Pemasaran Purwakarta)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(Studi Kasus: PT. Sinar Sosro Wilayah Pemasaran Purwakarta)

Agesti Awaliyah

UPI Kampus Purwakarta

[agestiawaliyah@upi.edu](mailto:agestiawaliyah@upi.edu)

## **ABSTRAK**

Salah satu tujuan pemasaran adalah mencapai setinggi mungkin faktor kepuasan pelanggan dan pelanggan bisa berkontribusi positif dengan perusahaan untuk meningkatkan persentase pemasaran. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yakni: citra merek, persepsi pelanggan, harga, promosi dan lainnya. Faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini hanya difokuskan pada kualitas pelayanan, produk dan faktor promosi untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui indikator pengaruh kualitas pelayanan, produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan, menganalisis dampak kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan, produk dan promosi, untuk menentukan elemen mana yang paling besar pengaruhnya. pada kepuasan pelanggan di area pemasaran PT Sinar Sosro di Purwakarta. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini ialah kuantitatif. Semua pelanggan PT Sinar Sosro di wilayah bisnis Purwakarta termasuk dalam populasi penelitian ini, sedangkan yang memenuhi kriteria seleksi adalah 90 orang. Dalam penelitian ini salah satu teknik untuk mengumpulkan datanya menerapkan teknik kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini menerapkan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji T dan uji F, koefisien determinasi dan CSI. *Software SPSS* versi 25.00 digunakan untuk pengolahan data dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan uji t terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dengan kepuasan pelanggan ( $Y$ ) pada area pemasaran PT Sinar Sosro Purwakarta, diperoleh nilai koefisien positif  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $15,954 > 1,991$  dengan tingkat lebih kecil 0,05 yaitu sebesar 0,000. Kualitas produk berpengaruh positif dan

Agesti Awaliyah, 2022

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**  
**(Studi Kasus: PT. Sinar Sosro Wilayah Pemasaran Purwakarta)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan melihat hasil uji t yaitu  $18,302 > 1,991$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dengan uji t  $15,437 > 1,991$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hasil H4, tampak bahwa kualitas pelayanan, produk dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang juga diperkuat dengan melihat uji f sebesar  $140,095 > 2,71$  dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$  dan uji koefisien determinasi 83% sedangkan sisanya 0,17%. Berdasarkan hasil uji CSI diperoleh skor 81,27% yang berarti pelanggan merasa sangat puas.

**Kata kunci :** kualitas pelayanan, produk, promosi, dan kepuasan pelanggan

# **THE EFFECT OF QUALITY OF SERVICE, PRODUCT, AND PROMOTION ON CUSTOMER SATISFACTION**

(Case Study: PT. Sinar Sosro Purwakarta Marketing Area)

Agesti Awaliyah

UPI Campus Purwakarta

[agestiawaliyah@upi.edu](mailto:agestiawaliyah@upi.edu)

## **ABSTRACT**

Customer satisfaction is one of the important factors in marketing, so that the objectives of marketing can be achieved optimally, and can provide positive involvement for the development of the company in increasing the percentage in sales. The level of customer satisfaction is influenced by many factors, namely: brand image, customer perception, price, promotion and others. In this study, not all factors will be investigated, but only focused on the implementation of service quality, product and promotion. The purpose of this study is to determine the indicators of the effect of service quality, product and promotion on customer satisfaction, to analyze the effect of customer satisfaction on service quality, product and promotion, to determine which elements have the most influence on customer satisfaction at PT. Sinar Sosro marketing area of Purwakarta. The approach used in this research is quantitative. The population in this study are all customers of PT. Sinar Sosro in the marketing area of Purwakarta, while the samples that met the criteria for sampling the observations made were 90 people. Data collection techniques in this study used a questionnaire technique. The data analysis technique in this study used the classical assumption test, multiple linear regression analysis, T test and F test, and the coefficient of determination. Data processing in this study using SPSS version 25.00 software. The results showed that based on the t test that there was a positive and significant effect between service quality (X1) on customer satisfaction (Y) at PT. Sinar Sosro Purwakarta Marketing Area, with the acquisition of a positive coefficient value  $t_{count} > t_{table}$  or  $15,954 > 1,991$  with a significant level less than 0.05, which is 0.000. Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction,

this is by looking at the results of the t test, namely  $18,302 > 1,991$  with a significant level of  $0.0000 < 0.05$ . Promotion has a positive and significant effect on customer satisfaction, this is evidenced by the t test of  $15,437 > 1,991$  with a significant level of  $0.000 < 0.05$ . Based on the results of H4 indicate that the quality of service, product and promotion together have a positive and significant effect on customer satisfaction, this is evidenced by looking at the f test that is equal to  $140.095 > 2.71$  with a significant level of  $0.000 < 0.05$  and a determination coefficient test of 83% while the remaining 0.17%. According to CSI score 81,27% which means the customer was very satisfied.

**Keywords:** service quality, product, promotion, and customer satisfaction

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN .....	i
UCAPAN TERIMA KASIH .....	ii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT.....</i>	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.5. Struktur Organisasi Skripsi.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	8
2.1. Definisi Pengaruh.....	8
2.2. Kepuasan Pelanggan .....	8
2.3. Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	11
2.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	13
2.5. Kualitas Pelayanan.....	14
2.6. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	16
2.7. Kualitas Produk .....	17
2.8. Hubungan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan .....	21
2.9. Promosi .....	22
2.10. Hubungan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan .....	24
2.11. Hubungan Kualitas Pelayanan, Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	25
2.12. Penelitian Terdahulu .....	25

2.13. Kerangka Pemikiran .....	27
2.14. Hipotesis .....	28
2.15. Tahapan Proses Kajian Kuantitatif.....	30
2.16. Desain Penelitian .....	32
2.17. Partisipan Penelitian .....	32
2.18. Populasi dan Sampel.....	33
2.19. Instrumen Penelitian .....	34
2.20. Metode Pengolahan Data dan Analisis Data.....	34
2.20.1. Tahap Pra-Penelitian.....	34
2.20.2. Tahap Analisis Hasil Penelitian .....	35
2.21. Gambaran Umum Perusahaan .....	38
2.21.1. Sejarah Berdirinya PT Sinar Sosro.....	38
2.21.2. Lokasi PT Sinar Sosro .....	39
2.21.3. Visi dan Misi PT Sinar Sosro .....	40
2.21.4. Segmentasi Produk PT Sinar Sosro.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1. Desain Penelitian .....	41
3.2. Partisipan Penelitian .....	43
3.3. Populasi dan Sampel.....	43
3.4. Instrumen Penelitian .....	44
3.4.1. Kuesioner Penelitian.....	44
3.4.2. StudiPustaka.....	44
3.5. Prosedur Penelitian .....	44
3.6. Metode Pengolahan Data dan Analisis Data.....	45
3.6.2. Tahap Pra-Penelitian.....	45
3.6.3. Tahap Analisis Hasil Penelitian .....	46
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	50
4.1.1. Jenis Kelamin Responden .....	50
4.1.2. Usia Responden .....	50

4.1.3. Pekerjaan Responden .....	51
4.1.4. Hasil Pengujian Instrumen .....	52
4.1.4.1. Uji Validitas .....	52
4.1.4.2. Uji Reliabilitas .....	60
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	60
4.1.5.1. Uji Normalitas.....	61
4.1.5.2. Uji Multikolinieritas .....	62
4.1.5.3. Uji Heteroskedastisitas .....	63
4.1.6. Regresi Linier Berganda.....	64
4.1.7. Uji Hipotesis.....	66
4.1.7.1. Uji T (Parsial).....	66
4.1.7.2. Uji F(Simultan) .....	68
4.1.7.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	70
4.1.7. <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....	71
4.2. Pembahasan .....	73
4.2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	73
4.2.2. Pengaruh Produk terhadap kepuasan Pelanggan.....	74
4.2.3. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan .....	75
4.2.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Promosi terhadap KepuasanPelanggan .....	76
4.2.5. Analisis <i>Customer Satisfaction Index(CSI)</i> .....	77
4.2.6. Rekomendasi Strategi Bisnis PT. Sinar Sosro Wilayah Pemasaran Purwakarta .....	78
<b>BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>80</b>
5.1. Simpulan .....	80
5.2. Implikasi .....	81
5.3. Rekomendasi .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>89</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>105</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Alternatif Perspektif Definisi Pelangga.....	9
Tabel 2.2 Definisi Kepuasan Pelanggan .....	10
Tabel 2.3 Perbedaan Karakteristik Produk Fungsional dan Inovatif .....	17
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Pemberian Skor untuk Jawaban Kuesioner.....	52
Tabel 3.2 Skala Kriteria <i>Customer Satisfaction Index</i> .....	57
Tabel 4.1 Sebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Tabel 4.2 Sebaran Responden Berdasarkan Usia Responden .....	58
Tabel 4.3 Sebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Produk .....	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi .....	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas .....	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas .....	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	72
Tabel 4.13 Hasil Uji T $X_1$ Terhadap Y .....	74
Tabel 4.14 Hasil Uji T $X_2$ Terhadap Y .....	75
Tabel 4.15 Hasil Uji T $X_3$ Terhadap Y .....	76
Tabel 4.16 Hasil Uji F (Simultan) .....	77
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi).....	78
Tabel 4.18 <i>Customer Satisfaction Index</i> .....	80
Tabel 4.19 Hasil GAP <i>Customer Satisfaction Index</i> .....	80

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Produk PT Sinar Sosro.....	17
Gambar 2.2 Poster Promosi yang di Sebaran di Tempat Wisata .....	22
Gambar 2.3 Promosi Media Online .....	23
Gambar 2.4 Kerangka Hipotesis Penelitian .....	39
Gambar 2.5 Tahapan Proses Kajian Kuantitatif .....	40
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	50
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	65
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik <i>Scatterplot</i> ).....	67
Gambar 4.3 Alur proses Cloud CRMVtiger .....	122

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. SK Pembimbing Skripsi .....	89
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian .....	100
Lampiran 3. Surat Telah Melaksanakan Penelitian .....	101
Lampiran 4. Kartu Bimbingan.....	102
Lampiran 5. Instrumen Penelitian .....	108
Lampiran 6. Dokumentasi.....	116

## DAFTAR PUSTAKA

- Nizar, M. A. (2015). Kelas Menengah (Middle Class) Dan Implikasinya Bagi Perekonominan Indonesia. *Bunga Rampai Ekonomi Keuangan*, June, 173–191.
- Oktavia, E. (2019). Kejar Target, Deretan Bisnis yang Buka Cabang di Lampung Akhir 2019. Lampung Geh. Diakses di: <https://kumparan.com/lampunggeh/kejar-targetderetan-bisnis-yang-buka-cabang-di-lampung-akhir-2019-1sBF3SXEi5t/full>.
- Olivia, G. (2020). Bank Dunia: Ada 115 juta Penduduk Indonesia Berpotensi jadi Kelas Menengah. Diakses di: <https://nasional.kontan.co.id/news/bank-dunia-ada-115-jutapenduduk-indonesia-berpotensi-jadi-kelas-menengah>.
- Delima, A., Ashary, H. M., & Usman, O. (2019). Influence of Service Quality, Product Quality, Price, Brand Image, and Promotion to Consumer Satisfaction Affecting on Consumer Loyalty (Online Shop). *SSRN Electronic Journal*, 1–15. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3308707>
- Napitupulu, E., & Lukiyana. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pt.Taksi Blue Bird Group Jakarta. *Jurnal Online Internasional & Nasional*, 5(2), 71.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78.
- Ming, A., Sisilia, K., Telkom, U., & Pelanggan, K. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KONVEKSI NEGRI VENDOR BANDUNG THE THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN THE Jakarta Jawa Barat Jawa Tengah Jawa Timur*. 8(4), 3603–3608.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>

- PANGESTUTI, A., & PRATAMA, 2021. S. T. I. E. M. ANALISIS PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT EXO POINT. (Skripsi, SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MULIA PRATAMA BEKASI) 1-83.
- Sari. D. P. (2020). *Customer Relationship Management Perspektif Terhadap Kepuasan Pelanggan*: Tangerang Banten: Medika Edukasi Indonesia (Anggota IKAPI)
- Tjiptono, F & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran dan Strategi*, Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI)
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.  
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.  
<https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/867>
- Chaston, I. (2012). Service Marketing. In *New Marketing Strategies: Evolving Flexible Processes to Fit Market Circumstance*.  
<https://doi.org/10.4135/9781446218853.n8>
- Dirgantara, I, M, B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Tingkat Kepuasan Konsumen Produk Jasa. (2006:65). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Tingkat Kepuasan Konsumen Produk Jasa* (Vol. 15, Nomor 2, hal. 62–67).  
<https://doi.org/10.14710/jbs.15.2.62-67>
- Krisnawati, D. (2016). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Amdk Merek Aqua (Studi Pada Masyarakat Di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(1).  
<https://doi.org/10.35137/jmbk.v4i1.30>

- Dr. M. Anang Firmansyah, SE, M. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk dan Merek*, (Buku Digital, CV. Penerbit Qiara Media), August, 336.
- Sari, D., & Pangaribuan, I. (2019). Evaluasi Kualitas Website Payment Online Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Webqual 4.0 (Studi Kasus Di PT.X). *Jurnal Tata Kelola Dan Kerangka Kerja Teknologi Informasi*, 5(1), 29-35. <https://doi.org/10.34010/jtk3ti.v4i2.1990>.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. ( Book Digital, Media Sahabat Cendekia).
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemia*, 2(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Popolo Coffee. *Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 114–126. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/SMBI/article/view/2819/2206>
- Azis, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Development*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.53978/jd.v5i1.45>
- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Nugroho, E., Santoso, H. B., & Safi'i, I. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *JURMATIS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Teknik Industri*, 2(2), 106. <https://doi.org/10.30737/jurmatis.v2i2.953>

- Dahliani, Y., & Ahwal, R. H. (2021). Kajian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukser Makmur Di Jember. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 181–190.
- Indriyani, F., & Helling, L. S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Website , Kepercayaan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 5(1), 56–68. <https://doi.org/10.32477/jrm.v5i1.285>.
- Susilo, H., Haryono, A. T., & Mukery, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandungan. *Jurnal Manajemen Unpad*, 4(4), 1–20. <http://jurnal.unpad.ac.id/index.php/MS/article/view/989>.
- 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>.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. (Alfabeta Bandung).
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif* (T. S. Tambunan (ed.); 1 ed., Nomor June). Media Sains Indonesia. (Buku digital, CV. Pustaka Ilmu). ISBN:978-623-7066-33-0,[https://www.researchgate.net/publication/354059356\\_Metode\\_Penelitian\\_pendekatan\\_kuantitatif](https://www.researchgate.net/publication/354059356_Metode_Penelitian_pendekatan_kuantitatif).
- Nurcahyo, B., & Riskayanto, R. (2018). Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktivitas Word of Mouth (Wom) Pada Pengaruh Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(1), 14. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i1.12026>.
- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. In Cv. Wade Group. CV. Wade Group.

- Danny,T,S. (2019). Ragam dan Prosedur Penelitian Tindakan. *Satya Wacana University Press*. ISBN 978-602-5881-54-1
- Nurmastuti, D. (2017). *ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN BERDASARKAN BAURAN PEMASARAN 7P PADA RUMAH MAKAN “AYAM GEPREK MBOK MORO”* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta)
- Kurniawan, A. D., & Astuti, S. R. T. (2012). Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kedai Amarta Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(1), 282–289. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>.
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin, I. (2020). Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 7(2), 201–212. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i2.174>
- Sianipar, G. J.(2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI OJEK ONLINE (Studi Pada Pelanggan GrabBike Di Kota Medan). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19, 183–196. <https://doi.org/10.54367/jmb.v19i2.576>.
- Hamdun, E. K., & Romadhani, D. A. (2019). Pengaruh produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada toko roti fatimah bakery di Situbondo. *Growth*, 14(2), 31-48.
- Jaya, W., Arifin, R., & Slamet, A. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kafe Family Kopi Di Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, Vol 10, (No 01).
- 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://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/244>
- Dewa, C. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta). *Jurnal Perspektif*, 16(1), 1-6.

SIHITE, Reny Wilija; NAINGGOLAN, Nora Pitri. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Alfamart Marchelia Batam. Jurnal Ilmiah Abdi Ilmu, Universitas Pancabudi [S.I.], v. 13, n. 1, p. 35-41, june 2020.

ISSN 1979-5408. Available at:

<https://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/abdiilmu/article/view/889>

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46. <https://doi.org/10.2307/1251929>.

Sinar Harapan. 2003. Bisnis Teh dalam Botol: Dua Produsen Bersaing Ketat Merebut Pasar. <http://www.sinarharapan.co.id>.