

**PENGARUH POTONGAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DEPOT AIR MINUM ISI ULANG
KELURAHAN SENTOSA PALEMBANG**

SKRIPSI



Nama : Kemal Athallah Naufal

Nim : 212019379

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2023

SKRIPSI

**PENGARUH POTONGAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DEPOT AIR MINUM ISI ULANG
KELURAHAN SENTOSA PALEMBANG**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Nama : Kemal Athallah Naufal

Nim : 212019379

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kemal Athallah Naufal

Nim : 212019379

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Potongan Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan
Pelanggan Depot Air Minum Isi Ulang Kelurahan Sentosa
Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau di publikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ke tidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi lain.

Palembang, 24 Agustus 2023



Kemal Athallah Naufal

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Potongan Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan
Depot Air Minum Isi Ulang Kelurahan Sentosa Palembang

Nama : Kemal Athallah Naufal
Nim : 212019379
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

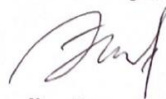
Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal:

Dosen Pembimbing I,



Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si
NIDN: 0229057501

Dosen Pembimbing II,

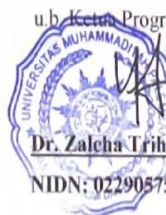



Arraditya Permana, S.E., M.M
NIDN: 0225108802

Mengetahui,

Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen




Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si
NIDN: 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“ Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)“

(Q.S Asy-Syarah: 7)

PERSEMBAHAN:

Skripsi Ini Kupersembahkan Kepada:

- 1. Kepada Orang Tuaku Tercinta, Ayahku H.Ismail, B.Sc dan Hj. Laila Hayati, SKM., M.Kes*
- 2. Dosen Pembimbingku, Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si dan Bapak Arraditya Permana, S.E., M.M*
- 3. Teman-Temanku Seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang Angkatan 2019 dan 2021*
- 4. Almamater Tercinta.*

PRAKATA

Segala Puji bagi Allah SWT, berkat rahmatnya penulisan skripsi dengan judul Pengaruh Potongan Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Depot Air Minum Isi Ulang Kelurahan Sentosa Palembang dapat penulis selesaikan sebagaimana waktu yang dijadwalkan.

Penulisan laporan ini tentu tidak akan selesai tanpa dorongan dan dukungan banyak pihak. Untuk itu penulis sampaikan terima kasih terutama pada kedua orang tuaku Ayahanda H. Ismail, B.Sc dan Ibunda Hj. Laila Hayati, SKM., M.Kes serta kakak dan adik yang telah memberikan doa dan bantuannya yang memiliki makna besar dalam proses penyusunan ini. Selain itu ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom Darma Saputra, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si selaku Ketua Program studi Manajemen dan Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
4. Ibu Welly, S.E., M.Si sebagai koordinator kelas karyawan dan Bapak Arraditya Permana, S.E., M.M Sekretaris kelas karyawan
5. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si dan Bapak Arraditya Permana, S.E., M.M selaku Dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, mendidik, dan memberikan arahan dan masukan yang amat berguna sehingga skripsi ini

dapat terselesaikan dengan baik

6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan nasehat kepada penulis selama belajar di Universitas Muhammadiyah Palembang, serta seluruh staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu kelancaran administrasi.
7. M. Rizky Sanjaya dan Dyan Rizky Noviardi sebagai sahabat dan rekan - rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
8. Depot Air Minum Isi Ulang di Kelurahan Sentosa Palembang yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian skripsi ini
9. Keluarga Besar Shift B Cd Utara dan CDGP Pertamina RU III Plaju sebagai rekan kerja yang telah membantu kelancaran penelitian skripsi ini
10. Aisyah Arrosyada, S.Tr. Kes yang telah memberikan motivasi serta semangat untuk melakukan penelitian skripsi ini

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, Penulisberharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Palembang, Agustus 2023

Kemal Athallah Naufal

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	Error! Bookmark not defined.
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	9
A. Kajian Pustaka	9
B. Penelitian Sebelumnya	22
C. Kerangka Pemikiran	26
D. Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Lokasi Penelitian	30
C. Operasionalisasi Variabel.....	30
D. Populasi dan Sampel	31
E. Data yang Diperlukan.....	32
F. Metode Pengumpulan Data.....	33
G. Analisis Data.....	34

H. Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Hasil Penelitian.....	42
B. Pembahasan Hasil Penelitian	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
Lampiran-Lampiran.....	81

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Halaman
1. Tabel I.1 Depot Air Minum Isi Ulang di Kelurahan Sentosa Palembang	5
2. Tabel I.2 Data Pra-Riset Pendapat Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen di Depot Air Minum Isi Ulang di Kelurahan Sentosa Palembang ...	6
3. Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan Peneliti Sebelumnya	25
4. Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel.....	30
5. Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengunjung.....	43
6. Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
7. Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
8. Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
9. Tabel IV.5 Uji Validitas.....	47
10. Tabel IV.6 Uji Realibilitas	48
11. Tabel IV.7 Kepuasan Pelanggan (Y)	49
12. Tabel IV.8 Potongan Harga (X1)	51
13. Tabel IV.9 Promosi (X2)	53
14. Tabel IV.10 Analisis Regresi Linier Berganda	55
15. Tabel IV.11 Uji F	57
16. Tabel IV.12 Uji t	58
17. Tabel IV.13 Uji Koefisien Determinasi	59

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Halaman
1. Gambar II.1 Model Kerangka Pemikiran.....	27

**PENGARUH POTONGAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DEPOT AIR MINUM ISI ULANG KELURAHAN SENTOSA
PALEMBANG**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh potongan harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan depot air minum isi ulang Kelurahan Sentosa Palembang. Jenis penelitian ini bersifat Asosiatif. Sampel yang digunakan sebanyak 97 responden. dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah Teknik Analisis Regresi Linear Berganda, Uji F, Uji t, dan Koefisien Determinasi. Hasil penelitian ini berdasarkan regresi linear berganda menunjukkan bahwa potongan harga dan promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan depot air minum isi ulang Kelurahan Sentosa Palembang. Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan potongan harga dan promosi terhadap terhadap kepuasan pelanggan depot air minum isi ulang Kelurahan Sentosa Palembang. Hasil uji t menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan potongan harga dan promosi terhadap terhadap kepuasan pelanggan depot air minum isi ulang Kelurahan Sentosa Palembang. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa besarnya kontribusi signifikan potongan harga dan promosi terhadap terhadap kepuasan pelanggan depot air minum isi ulang Kelurahan Sentosa Palembang sebesar 70,6%, Sedangkan sisanya sebesar 29,4% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Potongan Harga, Promosi, Kepuasan Pelanggan

THE EFFECT OF PRICE DISCOUNTS AND PROMOTIONS ON CUSTOMER SATISFACTION AT REFILL DRINKING WATER DEPOT SENTOSA PALEMBANG

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of knowing the effect of price discounts and promotions on customer satisfaction at the Sentosa Palembang Village refill drinking water depot. This type of research is associative. The sample used was 97 respondents. with the sampling technique using simple random sampling. The data used in this research is primary data. Data collection method used through a questionnaire. The data analysis technique used is the Multiple Linear Regression Analysis Technique, F Test, t Test, and the Coefficient of Determination. The results of this study based on multiple linear regression showed that price discounts and promotions had a positive effect on customer satisfaction at the Sentosa Palembang Village refill drinking water depot. The results of simultaneous hypothesis testing show that there is a significant effect of price discounts and promotions on customer satisfaction at the Sentosa Palembang Village refill drinking water depot. The results of the t test showed that there was a significant effect of price discounts and promotions on customer satisfaction at the Sentosa Palembang Village refill drinking water depot. The results of the coefficient of determination show that the significant contribution of discounts and promotions to customer satisfaction at the Sentosa Palembang Village refill drinking water depot is 70,6% , while the remaining 29,4% is explained by other variables not included in this study.

Keyword: Price Discounts, Promotions, Customer Satisfaction

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan air per jiwa setiap harinya menurut SNI 19-6728.1-2002 tentang Penyusunan Neraca Sumber Daya tercantum 150 L/jiwa/hari pada kota berpenduduk 1 juta jiwa. Demikian pula berdasarkan acuan dari Departemen Kesehatan yang menyebutkan bahwa kebutuhan air bersih per jiwa perhari adalah 150 liter. Salah satu fungsi pokok air bersih yaitu untuk kebutuhan sehari-hari, baik itu memasak, mencuci, atau minum. Tidak heran kiranya seiring dengan bertambahnya jumlah manusia di muka bumi maka kebutuhan air bersihpun menjadi semakin bertambah pula.

Berdasarkan Kementerian Kesehatan RI Tahun 2017 lingkungan yang tidak tercemar dan sehat salah satunya dapat dilihat dari kualitas air yang digunakan manusia sebagai pokok penunjang dalam aktivitas kehidupan manusia, namun seiring dengan perkembangan teknologi, pencemaran air dan sungai terjadi secara besar-besaran yang mengakibatkan kualitas air bersih semakin menurun. Air merupakan salah satu hal yang terpenting untuk menunjang semua kebutuhan manusia, hewan, serta tanaman. Umumnya air berasal dari dua sumber daya alam yaitu tanah dan air permukaan seperti sungai serta danau air tawar.

Menurut laporan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) tahun 2017, air minum yang aman adalah air yang tidak memiliki risiko signifikan terhadap kesehatan yang dikonsumsi seumur hidup, termasuk perbedaan sensitivitas yang

mungkin terjadi di antara perubahan tahap kehidupan. Mengonsumsi air bersih sangat penting bagi keberlangsungan makhluk hidup salah satunya manusia. Dengan demikian, perlu diketahui bagaimana air dikatakan bersih dari segi kualitas dan bisa digunakan dalam jumlah yang memadai dalam kegiatan sehari-hari manusia.

Untuk mempercepat pemenuhan kebutuhan air bersih bagi masyarakat, pemerintah perlu melibatkan pihak swasta dan masyarakat dalam menyelenggarakan pelayanan air bersih. Hal ini diperlukan sebagai amanat Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 2005 tentang Sistem Pengembangan Air Minum, pada pasal 1 ayat 5 didalamnya tercantum bahwa masyarakat diperbolehkan ikut menyelenggarakan pelayanan air bersih. (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, 2005) Pernyataan itu membuka peluang bisnis bagi masyarakat. Salah satu contoh bisnis yang mempunyai prospek yang baik adalah bisnis dalam bidang penjualan air minum isi ulang. Peranan air minum isi ulang semakin besar, hal ini terlihat dengan peningkatan penduduk yang diikuti dengan meningkatnya kebutuhan hidup mengakibatkan semakin banyak pula kebutuhan untuk air minum.

Depot air minum isi ulang (DAMIU) yaitu badan usaha yang mengelola air minum untuk keperluan/dikonsumsi masyarakat dalam bentuk curah (diisi ditempat) dan tidak dalam bentuk kemasan. Berdasarkan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia depot air minum isi ulang wajib dilakukan pengujian mutu dilaboratorium yang ditunjuk oleh Pemerintah Kabupaten/Kota untuk memeriksa kualitas air atau yang terakreditasi sekurang-kurangnya 6

bulan sekali. Pengujian ini bertujuan untuk menjamin mutu produk air minum yang dihasilkan, mendukung terciptanya persaingan usaha yang sehat, dan sebagai usaha untuk menarik kepercayaan konsumen.

Membangun sebuah bisnis depot air minum isi ulang dengan jangka panjang untuk memberikan keuntungan dan keberhasilan merupakan suatu hal yang diharapkan para pengusaha. Namun ada beberapa faktor pendukung seperti modal, karyawan dengan skill terbaik dan tentunya tak lepas dari konsumen atau pelanggan. Satu hal yang tidak kalah penting dari faktor pendukung suatu bisnis yaitu kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat penting untuk membangun bisnis lebih maju untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Dengan memperhatikan kepuasan pelanggan, maka perusahaan bisa mengambil beberapa langkah yaitu mengevaluasi apa saja kekurangan yang dimiliki perusahaan ketika tingkat kepuasan pelanggan tersebut rendah dan mempertahankan kualitas perusahaan ketika tingkat kepuasan pelanggan tersebut tinggi

Kepuasan pelanggan adalah ukuran yang menentukan seberapa baik produk atau layanan perusahaan memenuhi harapan. Kepuasan pelanggan sangat penting untuk membangun bisnis yang lebih maju dan meningkatkan keuntungan perusahaan. Hal ini menjadi salah satu indikator yang paling penting terkait pembelian loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas terhadap produk atau layanan perusahaan cenderung untuk membeli produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali kemudian.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan salah satunya adalah potongan harga dan promosi.

Potongan harga menurut (Tjiptono, 2019) adalah suatu fasilitas yang diberikan kepada para konsumen atau para pembeli oleh suatu produsen atau suatu perusahaan atas suatu kegiatan tertentu dilaksanakan oleh pembeli, seperti contohnya adalah apabila konsumen membayar tagihan lebih cepat, apabila konsumen berbelanja dengan jumlah besar atau apabila transaksi dilakukan diluar periode permintaan paling tinggi. Potongan harga yang dimaksud di depot ini adalah potongan harga yang berupa beli 10 isi ulang galon gratis 1 kali isi galon.

Promosi dalam dunia kerja bisa dipahami sebagai pengikatan pangkat ataupun posisi karyawan di dalam struktur organisasi perusahaan. Namun, promosi memiliki arti yang berbeda dalam dunia pemasaran. Dalam dunia pemasaran, promosi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan agar bisa meningkatkan perkembangan sesuatu. Promosi dapat dilakukan melalui berbagai kanal, mulai dari platform media sosial, komunikasi digital seperti sms, hingga media tradisional seperti koran, brosur, hingga promosi toko retail. Tujuan promosi ini sendiri adalah untuk memperkenalkan merek, produk, atau perusahaan kepada masyarakat sekaligus dapat mempengaruhi mereka untuk menggunakan atau membeli produk atau jasa tersebut.

Kelurahan Sentosa merupakan salah satu kelurahan di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. Kelurahan Sentosa memiliki total penduduk sekitar 15.793 jiwa. Kelurahan Sentosa memiliki kode wilayah administrasi

16.7103.1007 dengan kode pos 30261. Sebagian besar masyarakat di Kelurahan Sentosa mengonsumsi air minum isi ulang.

Tabel I.1
Depot Air Minum Isi Ulang Di Kelurahan Sentosa Palembang

No	Nama	Alamat
1	Depot Air Minum Isi Ulang Fresh	Jl. D.I Panjaitan No. 155 (Sentosa)
2	Depot Air Minum Isi Ulang Kurnia	Jl. Sentosa depan Masjid Iman Sejati
3	Depot Isi Ulang Air Minum Amanda	Jl. Mega Mendung No. 1288
4	Depot Air Minum Marjan	Jl. Mega Mendung No. 1273
5	Depot Air Isi Ulang Cekda	Lr. Samiaji No. 360 Sentosa

Sumber: Hasil Pra-Riset Depot Air Minum Isi Ulang Di Kelurahan Sentosa Palembang, 2023

Kelurahan Sentosa mempunyai 5 depot air minum isi ulang yang terbagi di daerah Jalan D.I Panjaitan, Jalan Mega Mendung dan Lorong Samiaji. Tingginya harga air minum dalam kemasan membuat masyarakat memilih untuk ke depot air minum isi ulang. Akan tetapi, masyarakat cenderung tidak puas pada kesesuaian harapan dengan kualitas yang didapat sehingga menimbulkan kurangnya minat membeli kembali dan keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Walaupun depot telah memberikan potongan harga namun sebagian besar masyarakat merasa besar dan masa potongan harga yang ditetapkan cenderung tidak maksimal. Masyarakat juga berpendapat bahwa pesan dan media promosi yang dilakukan oleh depot kurang menarik seperti banner yang terpasang tidak layak bahkan ada sebagian yang tidak terpasang.

Tabel I.2
Data Pra-Riset Pada Konsumen Depot Air Minum Isi Ulang Di
Kelurahan Sentosa Palembang

No	Pertanyaan	Puas	Tidak Puas	Jumlah
1	Apakah konsumen merasa puas dengan besar potongan harga yang diberikan?	17	20	37
2	Apakah konsumen merasa puas dengan potongan harga dilaksanakan pada periode yang tepat?	13	24	37
3	Apakah banner yang dipasang oleh depot jelas dan baik membuat anda puas?	15	22	37
4	Apakah pesan promosi yang disampaikan membuat konsumen tertarik ke depot?	9	28	37
5	Apakah kualitas depot air minum sesuai dengan harapan?	18	19	37
6	Apakah konsumen merasa puas dengan depot sehingga terus berlangganan?	14	23	37
7	Apakah konsumen merasa puas dengan depot sehingga merekomendasikan orang lain?	10	27	37

Sumber: Hasil Kuisisioner Pra-Riset Pada Konsumen Depot Air Minum Isi Ulang Di Kelurahan Sentosa Palembang, 2023

Berdasarkan hasil jawaban dari kuisisioner diperoleh kesimpulan bahwa konsumen cenderung tidak puas terhadap besar potongan harga dan periode yang dilaksanakan tidak tepat. Kemudian untuk banner yang dipasang dan pesan promosi yang disampaikan pun konsumen cenderung merasa tidak puas. Sebagian besar konsumen lebih memilih tidak puas terhadap kualitas depot air minum sesuai dengan harapannya sehingga memilih untuk tidak berlangganan dan merekomendasikan orang lain.

Dengan uraian latar belakang masalah dan semakin meningkatnya persaingan usaha depot air minum isi ulang, maka peneliti tertarik untuk meneliti

bagaimana pengaruh potongan harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Depot Air Minum Isi Ulang di Kelurahan Sentosa Palembang.

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh potongan harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Depot Air Minum Isi Ulang di Kelurahan Sentosa Palembang?
2. Adakah pengaruh potongan harga terhadap kepuasan pelanggan Depot Air Minum Isi Ulang di Kelurahan Sentosa Palembang?
3. Adakah pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan Depot Air Minum Isi Ulang di Kelurahan Sentosa Palembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh potongan harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada depot air minum isi ulang di Kelurahan Sentosa Palembang.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh potongan harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada depot air minum isi ulang di Kelurahan Sentosa Palembang.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada depot air minum isi ulang di Kelurahan Sentosa Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan praktek bagi penulis untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama masa perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk memecahkan masalah potongan harga dan promosi yang sedang dihadapi perusahaan

3. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan untuk dijadikan referensi guna penelitian-penelitian di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2012). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta.
- Ananda, D. (2021). *Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Gojek Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Di Masa Pandemi Covid-19*.
- Astuti, N. . (2011). Pengaruh Sales Promotion terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Cafe Milan Bandung: Survei terhadap Konsumen Café Milan Bandung. *Skripsi Universitas Pendidikan Bandung*.
- BSN. (2002). Standar Nasional Indonesia No. 19-6728.1-2002 Penyusunan Neraca Sumber Daya - Bagian 1: Sumber Daya Air Spasial. *Badan Standardisasi Nasional (BSN), ICS 13.060, 10*.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran. Cetakan 1*. Satu Nusa.
- Deperindag. (2004). *28000512_Kepmenperindag_Nomor__651_Tahun_2004.pdf*. http://jdih.kemendag.go.id/backendx/image/regulasi/28000512_Kepmenperindag_Nomor__651_Tahun_2004.pdf
- Efit Maulana, U. (2019). *Pengaruh Brand Image, Kepercayaan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife*.
- Freddy, R. (2019). *Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Iswanti, N. (2022). *Pengaruh Potongan Harga, Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Guardian Grand Batam Mall*.
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Kementerian Kesehatan RI. (2017). *Profil Kesehatan Indonesia 2017 (Vol. 1227, Issue July)*. <https://doi.org/10.1002/qj>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT. Indeks.
- Kotler, A. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. Pearson Education, Inc.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Machfoedz, M. (2015). *Kewirausahaan Metode, Manajemen, dan Implementasi*

(BFPE (ed.)).

- Nasution, M. . (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. PT Ghalia Indonesia.
- Novirsari, E. (2019). Pengaruh Diskon Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT. Himalaya Drug Company. *Jurnal Manajemen STIE TRICOM*, 12(2).
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. (2005). Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 2005 Pengembangan Sistem Penyediaan Air Minum. *Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 2005 Pengembangan Sistem Penyediaan Air Minum*, 7(2), 147–173.
- Peter, J Paul dan Olson, J. . (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.
- Prabarini, A. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toserba Borobudur Kediri (Studi Kasus Produk Kecantikan Wardah)*.
- Priharto, S. (2020). *Indikator Kepuasan Pelanggan: Pengertian, Jenis, dan Fungsinya Bagi Bisnis*. Accurate.
- Ritonga, Husni Muharram; Pane, Dewi Nurmasari; Rahmah, C. A. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda Idk 2 Medan*.
- Saladin, D. (2013). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Linda Karya.
- Salim, A. (2021). *Pengaruh Potongan Harga, Promosi Penjualan, Tampilan Dalam Toko Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Konsumen Matahari Departement Store Padang*.
- Schirmer, N., et al. (2018). The Link Between Customer Satisfaction and Loyalty: The Moderating Role of Customer Characteristics. *Journal of Strategic Marketing*, 26(4), 298–317.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. CV Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2012). *Manajemen pemasaran*. Buku Seru.
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Edisi kedua*,

Bandung: Remaja Rosdakarya. Remaja Rosdakarya.

- Tandon, U., Kiran, R., & Sah, A. N. (2017). Customer satisfaction as mediator between website service quality and repurchase intention: An emerging economy case. *Service Science*, 9(2), 106–120.
- Tejakusuma, A. (2010). *Mega Super Salesman*. New Diglossia.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (Andi (ed.)).
- Weenas, J. R. . (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA*.
- WHO. (2017). Safely managed drinking water. *World Health Organization*.
<https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/325897/9789241565424-eng.pdf>
- Widodo, S. S. (2017). Pengaruh Discount, Display Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko D'Spot Kediri. *Simki-Economic*, 1(1), 1–8.
- Yuliyanto, W. (2020). *Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Alea Shopid Kebumen*.
- Yunafiroh, R. (2019). *Pengaruh Potongan Harga, Promosi Penjualan, Dan Display Terhadap Peningkatan Impulse Buying Di Toko Waralaba Indomaret Raya Pattimura Baru Tulungagung*.