

## Pengaruh Kualitas Layanan Dan Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim Di Kota Medan

Maretta Ginting<sup>1\*</sup>, Eva Solita Pasaribu<sup>2</sup>, Ronnie Togar Mulia Sirait<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi S2 Manajemen, Pascasarjana, Universitas Sari Mutiara Indonesia

\* corresponding author

### Artikel Informasi

Received : 16 Mei 2024  
Revised : 27 Mei 2024  
Available Online : 31 Mei 2024

### Keyword

*Service Quality, Discount, Customer Satisfaction*

### Korespondensi

Phone :  
Email : [gintingmaretta11@gmail.com](mailto:gintingmaretta11@gmail.com)

### Abstract

*This research aims to determine and analyze the influence of service quality and discounts partially on customer satisfaction as well as the influence of service quality and discounts simultaneously on customer satisfaction. The research method used is quantitative descriptive. The population in this study were Maxim customers in Medan City. The sample in this study consisted of 96 respondents using the Purpulsive Sampling technique. The measurement scale used is the Likert Scale. Data collection techniques are carried out through observation, questionnaires and documentation. The data analysis techniques used are Instrument Test, Classic Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, Hypothesis Test and Determination Efficiency Test. The research results show that service quality has a partial effect on customer satisfaction, diskon has a partial effect on customer satisfaction and service quality and discounts have a simultaneous effect on customer satisfaction.*

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan digitalisasi yang saat ini sedang terjadi di berbagai sektor khususnya bidang transportasi yang menghadirkan sebuah teknologi aplikasi yang akan mempermudah dalam mengakses transportasi. Beberapa perusahaan besar berlomba untuk membentuk perusahaan transportasi berbasis aplikasi online, beberapa di antaranya adalah Gojek, Grab, Uber maupun Maxim. Transportasi online menawarkan kemudahan, biaya yang lebih murah, kenyamanan dan keamanan yang lebih terjamin, maka tidak mengherankan jika banyak orang yang beralih dari moda transportasi konvensional ke moda transportasi online (Syaiful, 2023).

Menurut Pamungkas (2022), semakin banyaknya transportasi berbasis aplikasi online berdampak pada semakin ketatnya persaingan. Faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal tersebut yakni adanya persaingan harga dan banyaknya alternatif pilihan jasa transportasi berbasis aplikasi online. Hal ini menjadikan konsumen semakin selektif. Konsumen akan memilih salah satu diantara pilihan alternatif yang menurutnya sesuai dengan yang diinginkan. Mengantisipasi keadaan tersebut maka perusahaan transportasi berbasis aplikasi online harus bisa menciptakan kualitas layanan dan diskon yang sesuai agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan kepedulian suatu perusahaan terhadap

pelanggannya. Kualitas pelayanan bersifat dinamis yaitu berubah menurut tuntutan pelanggan. Perusahaan jasa transportasi yang menggunakan layanan transportasi berbasis aplikasi online dalam menarik pelanggannya mereka memberikan pelayanan kepada konsumennya dalam hal pemesanan layanan jasa transportasi. Memudahkan konsumennya agar memesan melalui aplikasi yang tersedia di smartphone yaitu di playstore maupun appstore. Oleh karena itu, konsumen hanya tinggal memesan dan menunggu driver dirumah atau dimanapun yang konsumen inginkan. Jadi konsumen tidak perlu pergi ke pangkalan ojek, seperti halnya mau menggunakan ojek pangkalan. Dimana konsumen harus susah payah datang ke pangkalan ojek. Semakin tinggi jasa transportasi memberikan kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen (Sunyoto, 2014).

Diskon secara umum bagi pelanggan yang sensitif merupakan sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Seperti yang kita tahu siapapun pelanggan, baik dari segi produk maupun jasa sudah pasti sangat menginginkan diskon ketika ingin melakukan pembelian. Sebelum transaksi terjadi kedua belah pihak harus mencapai kesepakatan mengenai harga dari produk yang diperjual-belikan beserta syarat-syarat lainnya, termasuk di dalamnya mengenai diskon. Diskon merupakan salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk memberikan rasa puas kepada pelanggan agar mereka mau membeli produk yang ditawarkannya (Ananda, 2021).

Kepuasan konsumen merupakan hal penting yang menjadi salah satu faktor utama yang harus selalu diperhatikan, karena kunci utama dunia bisnis jasa dalam mencari konsumennya yaitu dengan memberikan nilai kepuasan kepada pelanggan baik melalui produk maupun pelayanannya. Menurut Swasta dan Irawan (2005) kepuasan pelanggan adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan bahwa telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bias lebih atau kurang secara konseptual, kepuasan pelanggan.

Maxim adalah sebuah perusahaan teknologi internasional yang menawarkan layanan transportasi daring, dan menawarkan layanan tambahan seperti pesan-antar makanan dan barang, kargo dan lain-lain. Maxim telah beroperasi di Indonesia sejak tahun 2018. Menawarkan beberapa layanan seperti transportasi online (motor dan mobil), pengiriman barang, pesan-antar makanan dan barang, kargo, jasa pembersih, dan laundry. Pada bulan Desember 2020, layanan pijat dan Spa diluncurkan oleh Maxim di Indonesia.

Kota Medan termasuk kota yang memiliki aktivitas yang cukup sibuk, dikarenakan banyaknya industri dan perkantoran di Medan. Hal ini berpengaruh terhadap kondisi jalanan di Kota Medan yang cukup macet pada saat pagi hari dan sore hari, sehingga banyak masyarakat memutuskan untuk menggunakan transportasi online sebagai alternatif untuk alat transportasi. Aktivitas masyarakat di Kota Medan berjalan 24 jam, sehingga masyarakat membutuhkan adanya

transportasi online sebagai kendaraan untuk segala aktivitas mereka.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan penulis kepada beberapa pelanggan Maxim melalui wawancara singkat, terkait kualitas layanan 8 dari 10 responden menyatakan Maxim tidak memiliki GPS yang akurat, responden merasa kesulitan saat menginput alamat pada maps, 6 dari 10 responden mengeluh mengenai outlet yang bekerjasama dengan Maxim tidak lengkap, 5 dari 10 responden mengeluhkan tentang tarif bike mudah berubah-ubah, 6 dari 10 orang mengeluh tentang driver mobil yang membatalkan pesanan tanpa alasan yang jelas, 7 dari 10 responden mengeluh mengenai helm yang kurang bersih dan driver sering menerima pesanan delivery tetapi tidak mengantarkannya serta 3 dari 10 responden mengeluh mengenai mobil yang digunakan terkadang bau asap rokok. Sedangkan terkait diskon, 9 dari 10 responden menyatakan bahwa Maxim tidak memberikan diskon kepada pelanggan.

Banyaknya komplain atau keluhan dari pelanggan membuat pelanggan Maxim kurang puas atau bahkan tidak puas dengan aplikasi Maxim baik dari segi pelayanan maupun diskon yang diberikan. Sehingga pelanggan lebih memilih transportasi online yang sejenis untuk digunakan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim Di Kota Medan”

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan diskon secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruh kualitas pelayanan dan diskon secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kota Medan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Layanan

Kualitas layanan (*service quality*) dapat diketahui melalui persepsi para konsumen atas pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang mereka harapkan (inginkan), sehingga pelayanan itu sendiri memiliki nilai tersendiri bagi pelanggan dalam hubungannya dengan menciptakan nilai-nilai pelanggan (Tjiptono, 2018).

Adapun indikator dari kualitas pelayanan menurut Lubis dan Andayani (2017) terdiri dari:

1. *Tangible* (Bukti Langsung),
2. *Reliability* (Kehandalan),
3. *Emphaty* (Empati),
4. *Assurance* (Jaminan),
5. *Responsiveness* (Daya Tangkap)

### Diskon

Diskon merupakan pengurangan langsung harga pada pembelian selama periode waktu tertentu atau jumlah yang lebih besar. Diskon digunakan oleh penjual untuk menarik pembeli agar membeli produk yang ditawarkan. Diskon dapat diberikan dalam bentuk persentase atau jumlah uang tertentu dari harga asli produk atau jasa yang dibeli (Kotler dan Armstrong, 2016).

Adapun indikator dalam mengukur diskon menurut Anggraeni dan Prijati (2016) yaitu:

1. Besarnya Diskon

2. Daya Tarik Diskon
3. Diskon Kuantitas

### Kepuasan Pelanggan

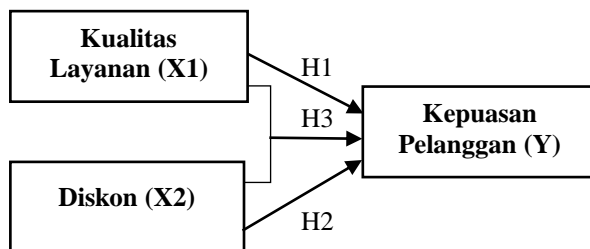
Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya (Indrasari, 2019).

Adapun indikator dalam mengukur kepuasan pelanggan menurut Indrasari (2019) yaitu:

1. Kesesuaian Harapan
2. Minat Berkunjung Kembali
3. Kesiediaan Merekomendasi

### Kerangka Konseptual

Adapun kerangka konseptual pada penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Konseptual

### Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka penelitian diatas, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

- H1 : Kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kota Medan
- H2 : Diskon berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kota Medan
- H3 : Kualitas layanan dan diskon berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kota Medan

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Kota Medan. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan April 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Maxim di Kota Medan. Teknik dalam menentukan sampel pada penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*. Adapun untuk menentukan jumlah sampel (n) yang digunakan adalah mengacu pada pendekatan rumus Lameshow. Dari hasil perhitungan jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini berjumlah 96 responden. Skala pengukuran data pada penelitian ini menggunakan skala Likert. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah (1) observasi, (2) kuesioner dan (3) dokumentasi.

Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

- a) Uji Instrument terdiri dari (1) uji validitas dan (2) uji reliabilitas.
- b) Uji Asumsi Klasik terdiri dari (1) uji normalitas dan (2) uji multikolinieritas dan (3) uji heterokedastisitas
- c) Analisis regresi linier berganda.
- d) Uji hipotesis terdiri dari uji parsial (Uji t) dan uji simultan (Uji F)
- e) Uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan 5%, dengan jumlah responden 30 sehingga diperoleh  $r_{tabel}$  0,3061 untuk itu jika  $r_{hitung} <$  dari  $r_{tabel}$ , maka item

instrument tidak valid. Dan jika  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$  maka item instrument tersebut valid.  $r_{hitung}$  dari semua item instrumen hasilnya adalah lebih besar dari  $r_{tabel}$  pada tingkat kesalahan 5% dan tingkat kepercayaan 95% untuk 30 responden yaitu 0,3061. Dengan demikian, item-item instrument pada kuesioner ini hasilnya valid, dan item kuesioner yang valid dapat dijadikan instrument bagi penelitian selanjutnya.

### Uji Reliabilitas

Berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* dari 22 item instrument yang dilakukan pada 30 responden adalah sebesar 0,966. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,6 maka termasuk ke dalam tingkat yang reliabilitasnya kurang baik. Nilai di atas 0,7 sampai 0,8 dalam tingkat reliabilitas dapat diterima, dan nilai di atas 0,8 tingkat reliabilitasnya baik. Dengan demikian, uji reliabilitas dari keseluruhan item instrument yaitu 22 item pertanyaan pada kuesioner sudah dikatakan reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha* tersebut sebesar 0,966 lebih besar dari 0,6 atau  $0,966 > 0,6$ .

### Uji Normalitas

Peneliti melakukan uji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Sminornov* dengan melihat tingkat signifikansinya. Distribusi data penelitian dinyatakan normal jika nilai probabilitas ( $sig$ )  $> 0,05$ . Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Sminornov* adalah sebagai berikut:

**Tabel 1 Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Sminornov***

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.25955705
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.064
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Olah Data Primer, April 2024

Berdasarkan tabel diatas, maka diketahui bahwa nilai signifikansi 0,200 lebih besar dari 0,05 atau  $0,200 \geq 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan diantara variabel-variabel independen ada atau tidak pada model regresi dan bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan kesimpulan. Dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance factor (VIF)* dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut bebas dari multikolinieritas atau tidak terjadi gejala multikolinieritas antar variabel independen, apabila nilai  $VIF < 10$  dan nilai *tolerance*  $> 0,10$  yang artinya tidak terjadi gejala multikolinieritas. Berikut hasil pengujiannya:

**Tabel 2 Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Layanan	.961	1.041
	Diskon	.961	1.041

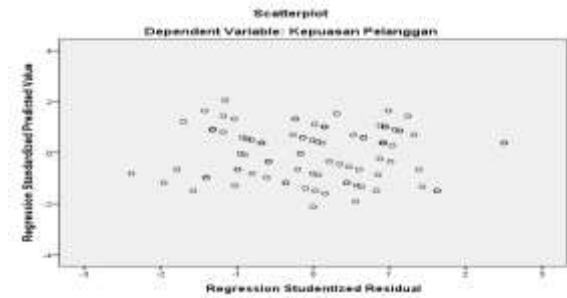
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olah Data Primer, April 2024

Dari hasil perhitungan, didapatkan nilai *tolerance* pada masing-masing persamaan lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Nilai *tolerance* untuk variable Kualitas Layanan ( $X_1$ ) dan Diskon ( $X_2$ ) adalah 0,961 lebih besar dari 0,10. Sedangkan untuk nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) dan Diskon ( $X_2$ ) adalah 1,041 lebih kecil dari 10. Jadi dapat disimpulkan pada model regresi tidak mengandung multikolinieritas. Artinya bahwa variabel bebas tidak saling mempengaruhi.

### Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah di dalam suatu model regresi terjadi perbedaan variance dan residual data yang ada. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan analisis grafik plot antar nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Hasil pengujian heteroskedastisitas dengan grafik plot adalah sebagai berikut:



**Gambar 2 Hasil Uji Heterokedastisitas Grafik Sactterplot**

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa titik-titik yang ada tidak membentuk pola yang teratur. Titik-titik dalam grafik tersebar secara acak (tidak membentuk pola). Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda bertujuan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut hasil pengujiannya:

**Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.172	1.502		8.769	.000
	Kualitas Layanan	.160	.016	.669	9.963	.000
	Diskon	.241	.058	.277	4.132	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olah Data Primer, April 2024

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + bX_1 + bX_2$$

$$\hat{Y} = 13,172 + 0,160X_1 + 0,241X_2$$

Dari persamaan diatas, maka koefisien regresi dapat diartikan sebagai berikut :

1. Nilai constan ( $\alpha$ ) = 13,172 berarti apabila Kepuasan Layanan dan Diskon bernilai konstan, maka Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 13,172.
2. Nilai  $bX_1 = 0,160$  berarti bahwa apabila Kualitas Pelayanan mengalami peningkatan satu satuan atau 1% maka akan menyebabkan kenaikan terhadap Kepuasan Pelanggan 0,160, jika variabel lain dianggap konstan.
3. Nilai  $bX_2 = 0,241$  berarti bahwa apabila Diskon mengalami peningkatan satu satuan atau 1% maka akan menyebabkan kenaikan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,241, jika variabel lain dianggap konstan.

### Uji Hipotesis

Uji parsial (Uji t) dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Hasil analisis sebagai berikut:

**Tabel 4 Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.172	1.502		8.769	.000
	Kualitas Layanan	.160	.016	.669	9.963	.000
	Diskon	.241	.058	.277	4.132	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olah Data Primer, April 2024

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa:

- a) Nilai  $t_{hitung}$  variabel Kualitas Layanan adalah 9,963 dan  $t_{tabel}$  bernilai 1,98609 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $9,963 > 1,98609$ ) dan nilai signifikan

(sig.)  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim di Kota Medan. Dengan demikian Hipotesis 1 diterima.

- b) Nilai  $t_{hitung}$  variabel Diskon adalah 4,132 dan  $t_{tabel}$  bernilai 1,98609 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,132 > 1,98609$ ) dan nilai signifikan (sig.)  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim di Kota Medan. Dengan demikian Hipotesis 2 diterima.

Sedangkan uji simultan (Uji F) pada penelitian ini untuk menguji signifikansi pengaruh variabel X terhadap Y secara simultan. Hasil analisis sebagai berikut:

**Tabel 5 Hasil Uji Simultan (Uji F)**  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	223.774	2	111.887	69.040	.000 <sup>b</sup>
	Residual	150.716	93	1.621		
	Total	374.490	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Diskon, Kualitas Layanan

Sumber: Hasil Olah Data Primer, April 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai Sig. Sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau  $0,000 \leq 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan dan Diskon secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Apabila dilihat berdasarkan perbandingan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan tingkat signifikan 5 % menggunakan rumus  $F_{tabel} = df1 = k-1, df2=n-k$  di dapatkan rumus (k;n-k), maka menghasilkan

angka (2; 93). Berdasarkan nilai  $F_{tabel}$  (2;93) adalah 3,09. Sehingga dapat disimpulkan  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  atau  $69,040 > 3,09$ . Dengan demikian Hipotesis 3 diterima.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur proporsi atau persentase atas persentase kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antar nol sampai satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Jika  $R^2$  semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Hal ini model yang digunakan semakin kuat menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan demikian sebaliknya. Adapun hasil dari perhitungan uji koefisien determinansi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.773 <sup>a</sup>	.598	.589	1.273

a. Predictors: (Constant), Diskon, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olah Data Primer, April 2024

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,598 atau 59,80% yang berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Diskon secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 59,80%. Hal ini dapat diartikan bahwa 40,20% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan variabel yang tidak diteliti.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan maka disimpulkan bahwa:

1. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim di Kota Medan.
2. Diskon berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim di Kota Medan.
3. Kualitas Layanan dan Diskon berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim di Kota Medan.

Adapun saran yang diberikan sebaiknya Maxim meningkatkan kualitas layanannya serta memberikan diskon yang lebih kompetitif sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, Danu. (2021). *Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Go-Jek Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Di Masa Pandemi Covid-19*. Skripsi. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- Anggraeni, Faridha dan Prijati. (2016). *Pengaruh Promosi, Diskon dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Hypermarket PTC Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. 5(7)
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Lubis, Alfi Syahri dan Andayani, Nur Rahmah. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan*



*(Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucifindo Batam. Journal of Applied Business Administration. 1(2)*

Pamungkas, Tetuko Nurachman. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online (Studi Kasus Pada Beberapa Konsumen Gojek Di Surakarta)*. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta

Sunyoto, Danang. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service

Swasta, Basu dan Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty

Syaiful, Muhammad. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ojek Online Maxim (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Kendari)*. Skripsi. Kendari: Institut Agama Islam Negeri Kendari

Tjiptono, Fandy. (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset