

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN VOLUME
PENJUALAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
PENGGUNA KARTU SIMPATI TELKOMSEL
DI GRAPARI PALEMBANG**

TESIS

**Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam
Menempuh Gelar Magister Manajemen**



Disusun Oleh

Nama : SITI AISYAH

NPM : 224741037

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING TESIS

Tesis Ini Telah Disetujui Untuk Diujikan

Nama : SITI AISYAH
NPM : 224741037
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Proposal : Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Kartu Simpati Telkomsel di Grapari Palembang

Menyetujui :

Pembimbing Tesis :

Tanggal *25/9 23* **Pembimbing I** : *[Signature]*

Dr. M. Ima Andriyani, SE., M.Si
NIDN : 0201018001

Tanggal **Pembimbing II** : *[Signature]*

Dr. Nasir, S.P., M.Si.
NIDN : 0020077301

Mengetahui :

Dekan FEB

Kaprodi MM



Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak., CA., CSRS
NIDN: 0205026401
Tanggal

[Signature]

Dr. Sari Sakarina, SE, M.M., CHRM
NIDN: 0214038501
Tanggal *26/09/2023*

LEMBAR PENGESAHAN KOMISI PENGUJI TESIS

**Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan
Konsumen Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel
Intervening Pada Pengguna Kartu Simpati Telkomsel Di Grapari
Palembang**

Dipertahankan di depan Komisi Penguji Tesis
Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tridinanti

Nama : Siti Aisyah
NPM : 2247410237
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

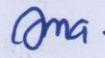
Menyetujui:

Ketua Penguji :

Tanggal Tanda Tangan

Dr. M. Ima Andriyani, S.E., M.Si
NIDN : 0201018001

25/9/23



Anggota Penguji :

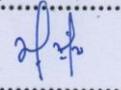
1. Dr. Nasir, S.P., M.Si
NIDN : 0020077301

.....



2. Dr. Sari Sakarina, S.E., M.M., CHRM
NIDN : 0214038501

26/09/23



Mengetahui:

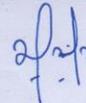
Palembang,
Dekan FEB

2023



Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS
NIDN : 0205026401

Palembang, 26/09/2023
Ketua Program Studi
Magister Manajemen



Dr. Sari Sakarina, S.E., M.M., CHRM
NIDN : 0214038501

ABSTRAK

Siti Aisyah, Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening Pada pengguna kartu simpati telkomsel di “Grapari Palembang”, Pembimbing Dr. M. Ima Andriyani, SE., M.Si. dan Dr. Nasir, S.P. M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan serta menganalisa Pengaruh Langsung yaitu Promosi dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan kerja, Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen, Pengaruh Volume Penjualan kerja terhadap Kepuasan Konsumen serta Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen yang dimediasi oleh Volume Penjualan Kerja dengan Sampel dalam penelitian ini Konsumen Grapari Palembang yang berjumlah 68 orang. Analisis data penelitian menggunakan metode statistik deskriptif dan inferensial. Model analisis menggunakan Structural Equation Model (SEM) dengan komposisi Sub-struktur: Promosi dan Kualitas Produk sebagai variabel eksogen, Kepuasan Konsumen Pegawai variabel endogen, dan Volume Penjualan kerja sebagai variabel intervening.

Dari hasil pengujian Hipotesis ditemukan sebagai berikut : 1) Promosi berpengaruh Terhadap Volume Penjualan kerja Grapari Palembang. 2) Kualitas Produk berpengaruh Terhadap Volume Penjualan Grapari Palembang. 3) Promosi berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Grapari Palembang. 4) Kualitas Produk berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Grapari Palembang. 5) Volume Penjualan berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Grapari Palembang. 6) Promosi berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening Grapari Palembang. 7) Kualitas Produk berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening Grapari Palembang.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Produk, Volume Penjualan dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Siti Aisyah, The Influence of Promotion and Product Quality on Consumer Satisfaction with Sales Volume as an Intervening Variable for Telkomsel sympathy card users in "Grapari Palembang", Supervisor Dr. M. Ima Andriyani, SE., M.Si. and Dr. Nasir, S.P. M.Si .

This research aims to determine and prove and analyze the direct influence of promotion and product quality on work sales volume, the effect of promotion and product quality on consumer satisfaction, the effect of work sales volume on consumer satisfaction and the effect of promotion and product quality on consumer satisfaction mediated by volume. Job Sales with the sample in this research were Grapari Palembang consumers totaling 68 people. Research data analysis uses descriptive and inferential statistical methods. The analysis model uses a Structural Equation Model (SEM) with a sub-structure composition: Promotion and Product Quality as exogenous variables, Employee Consumer Satisfaction as an endogenous variable, and work sales volume as an intervening variable.

From the results of hypothesis testing, it was found as follows: 1) Promotion has an effect on the sales volume of Grapari Palembang's work. 2) Product quality influences Grapari Palembang's sales volume. 3) Promotion influences Grapari Palembang consumer satisfaction. 4) Product quality influences Grapari Palembang consumer satisfaction. 5) Sales Volume influences Grapari Palembang Consumer Satisfaction. 6) Promotion influences consumer satisfaction with sales volume as an intervening variable for Grapari Palembang. 7) Product quality influences consumer satisfaction with sales volume as an intervening variable for Grapari Palembang.

Keywords: Promotion, Product Quality, Sales Volume and Consumer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji Dan Syukur Kepada Allah Swt, Atas Limpahan Rahmat Dan Hidayah- Nya Sehingga Tesis Yang Berjudul “Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pegawai Dengan Volume Penjualan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Grapari Palembang” dapat diselesaikan dengan baik.

Tesis ini ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan mendapatkan gelar Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Magister Manajemen. Universitas Tridianti Palembang. Penyelesaian Tesis ini melibatkan banyak pihak yang telah memberikan bantuan, baik langsung maupun tidak langsung, moril maupun materil. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih kepada :

1. Ketua Yayasan Pendidikan Nasional Tridianti Palembang Bapak Prof. H. Mahmud Hasjim, MME.
2. Rektor Universitas Tridianti Palembang Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE, M.S.
3. Dekan Fakultas Ekonomi Ibu Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak., CA., CSRS
4. Kepala Prodi Magister Manajemen Ibu Dr. Sari Sakrina, SE., MM.
5. Pembimbing I Dr. M. Ima Andriyani, SE., M.Si dan Pembimbing II Dr. Nasir, S.P. M.Si, yang senantiasa meluangkan waktu, pikiran dan tenaganya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan Tesis ini.
6. Para Dosen yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penulisan Tesis ini.

7. Terima kasih umik,papi (suami) tercinta dan anak2ku tersayang serta seluruh keluargaku yang telah membantu dan memberikan semangat serta mendoakan sehingga dapat menyelesaikan kuliah dengan sebaik mungkin..
8. Teman-teman angkatan 47 MM UTP.

Penulis menyadari mungkin dalam Tesis ini masih terdapat banyak kekurangan, untuk itu diharapkan tanggapan dan masukan dari berbagai pihak sebagai bahan perbaikan dengan harapan dan pada akhirnya Tesis ini dapat disajikan sebagai buah karya yang bermanfaat bagi masyarakat di bidang SDM.

Palembang, 2023

Siti Aisyah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING TESIS	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
RIWAYAT HIDUP.....	xii
SURAT PERNYATAAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Pembatasan Masalah.....	5
D. Perumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	6
F. Kegunaan Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	8
A. Kajian Pustaka	8
1. Kepuasan Konsumen	8
a. Pengertian Kepuasan Konsumen	8
b. Manfaat Kepuasan Konsumen	9
c. Indikator Kepuasan Konsumen.....	10
2. Volumen Penjualan.....	10
a. Pengertian Volumen Penjualan.....	10
b. Faktor Yang Mempengaruhi Volumen Penjualan	11
c. Indikator Volumen Penjualan	13
3. Promosi	14
a. Pengertian Promosi	14
b. Karakteristik Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	16
c. Kekuatan dan Kelemahan Promosi.....	16

d.	Bauran Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	17
4.	Kualitas Produk.....	18
a.	Pengertian Kualitas Produk	18
b.	Tujuan Produk.....	19
c.	Indikator Kualitas Produk.....	20
B.	Hasil Penelitian Yang Relevan	24
C.	Kerangka Berpikir.....	26
D.	Hipotesis	30
BAB III	METODEOLOGI PENELITIAN	32
A.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
1.	Tempat	32
2.	Waktu Penelitian.....	32
B.	Desain Penelitian	33
C.	Populasi, Sampel, dan Sampling.....	33
1.	Populasi.....	33
2.	Sampel dan Sampling	34
D.	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	36
1.	Sumber Data	36
2.	Teknik Pengumpulan Data.....	36
E.	Variabel dan Definisi Operasional.....	37
1.	Variabel.....	37
2.	Definisi Operasional	39
F.	Teknik Analisis Data	40
1.	Analisa Outer model	45
2.	Analisa Inner Model	47
3.	Analisis Jalur (Path Analysis).....	48
G.	Hipotesis Statistik	51
BAB IV	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55
A.	Hasil Analisis	55
1.	Deskriptif Data Demografis Responden	55
2.	Deskriptif Data Jawaban Responden	57
3.	Analisis Statistik Inferensial	60
a.	Analisis Outer Model.....	61
b.	Analisis Inner Model	69

c.	Uji Hipotesis	71
B.	Pembahasan Hasil	74
BAB V	KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	79
A.	Kesimpulan	79
B.	Implikasi	80
C.	SARAN	81
	DAFTAR PUSTAKA	83
	LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penjualan kartu Simpati di Palembang 2019– 2022.....	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	32
Tabel 3.2 Tabel Variabel Operasional	39
Tabel 3.3 Secoring Untuk Jawaban Kuesioner	41
Tabel 3.7 Pengambilan keputusan Uji T-Statistic.....	53
Tabel 4.1 Deskripsi Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2 Deskripsi Karakteristik Responden Usia	56
Tabel 4.4 Kategori Jawaban	57
Tabel 4.5 Kategori Jawaban Variabel Promosi.....	58
Tabel 4.6 Kategori Jawaban Variabel Kualitas Produk	58
Tabel 4.7 Kategori Jawaban Variabel Volume Penjualan.....	59
Tabel 4.8 Kategori Jawaban Variabel Kepuasan Konsumen	60
Tabel 4.9 Outer Loadings PLS Algorithm	63
Tabel 4.10 Average Variance Extracted (AVE).....	65
Tabel 4.11 Nilai Discriminant Validity (Cross Loading).....	66
Tabel 4.12 Koefisien Reliabilitas Alpha Cronbach.....	68
Tabel 4.13 Uji Realibilitas	69
Tabel 4.14 Nilai R Square (R^2)	70
Tabel 4.15 F-Square (F^2).....	71
Tabel 4.16 Uji Hipotesis.....	72
Tabel 4.17 Uji Indirect Effect	74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Konsumen Operator Seluler di Indonesia.....	2
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	30
Gambar 4.4 Full Model Setelah di Kalkulasi.....	62
Gambar 4.5 Uji T-Statistik Antar Variabel.....	74

RIWAYAT HIDUP

Siti Aisyah, dilahirkan di Palembang, dari ayah H. Muchtaridin dan Ibu Hj. Rukuiyah Anak pertama dari 8 bersaudara.

Sekolah Dasar Diselesaikan pada tahun 1979 di SD Negeri 64 Palembang, Sekolah Menengah Pertama Diselesaikan Tahun 1982. di SMP Negeri 13 Palembang dan Selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Farmasi Depkes RI pada Tahun 1985, Sekolah Menengah Atas Pada Tahun 1986 di sma Negeri 8 Palembang dan masuk ke Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Pemasaran. di Universitas Tridianti Palembang Tahun 1988 dan Lulus pada tahun 1992. Pada tahun 2022 memasuki Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen Universitas Tridianti Palembang.

Palembang, 2023
Yang menyatakan

Siti Aisyah

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Aisyah
NPM : 224741037
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap kepuasan Konsumen Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Kartu Simpati Telkomsel Di Grapari Palembang.

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Tesis yang saya susun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) dari Fakultas Ekonomi Program Studi Magister Manajemen Universitas Tridinanti seluruhnya adalah hasil karya sendiri.
2. Apabila ada bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dari hasil karya orang lain akan saya tulis sumbernya dengan jelas, sesuai norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.
3. Jika kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian tesis yang saya susun ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar Akademik Magister Manajemen (MM) yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dalam keadaan sadar dengan rasa tanggung jawab tanpa paksaan dari pihak manapun.

Palembang, September 2023

Yang Menyatakan,



Siti Aisyah

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

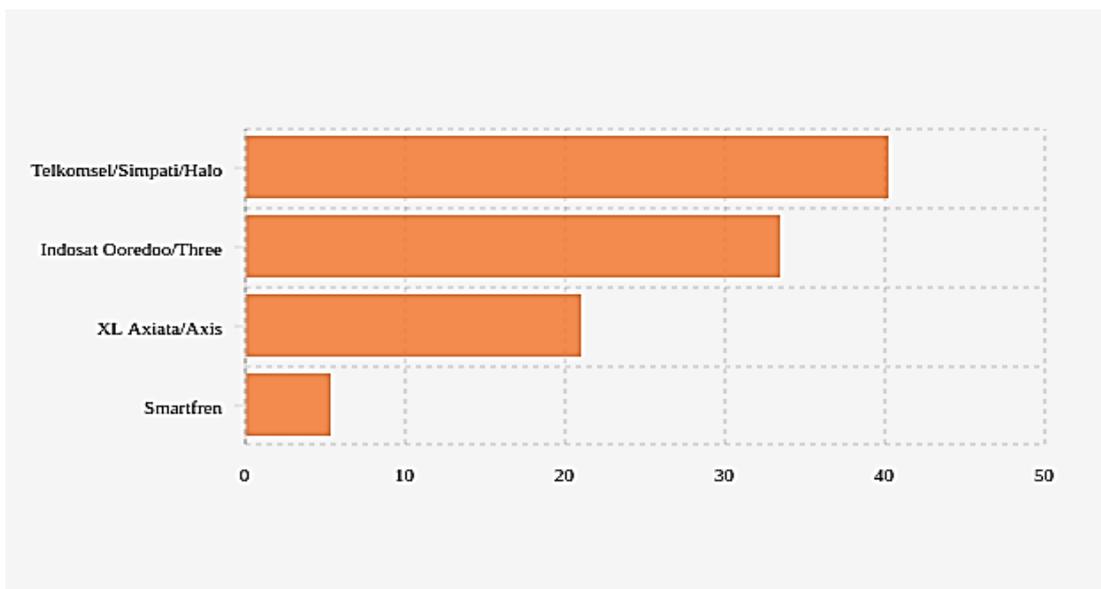
Persaingan bisnis telekomunikasi saat ini sangat ketat, dimana perusahaan dituntut untuk dapat memberikan layanan dan produk yang terbaik kepada pengguna serta mampu memberikan daya saing yang kuat yang mampu memicu pembelian. Pada saat ini konsumen dapat dikatakan lebih kritis dan bijak dalam memilih suatu produk. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memperoleh kepercayaan dari konsumen sehingga konsumen bersedia untuk membeli produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

Promosi adalah usaha untuk menginformasikan atau menawarkan suatu produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau menggunakan produk tersebut. Promosi tersebut diharapkan dapat meningkatkan angka penjualan. Promosi juga merupakan salah satu media komunikasi pemasaran yang digunakan untuk memasarkan produk baru. Salah satu media pemasaran adalah Marketing Mix yang terdiri dari 4P (Product, Price, Promotion, Place).

Selain promosi, kualitas suatu produk perlu diperhatikan karena tidak mungkin suatu perusahaan mempromosikan produk yang kualitasnya buruk. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas ditentukan oleh kegunaan dan fungsionalitas. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan inovasi terhadap kualitas produk yang dihasilkannya. Dengan produk yang lebih beragam dan kualitas produk yang sudah terbukti dapat menarik konsumen untuk membeli

produk yang dianggap sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.

Berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) telah mengumumkan jumlah konsumen prabayar yang berhasil melakukan registrasi ulang atau registrasi baru sebagai hasil koordinasi hingga berakhirnya batas waktu registrasi ulang pada 30 April 2018. Bahwa adalah 254.792.159 konsumen. Bagaimana rincian konsumen masing-masing operator yaitu: total konsumen Telkomsel 150 juta, XL Axiata 45 juta konsumen, Indosat Ooredoo 34 juta konsumen, Tri Indonesia 17 juta dan Smartfren 7 juta.



Gambar 1.1 Grafik Konsumen Operator Seluler di Indonesia

Dihadapkan pada persaingan yang ketat di bidang telekomunikasi, tuntutan akan promosi dan produk yang berkualitas merupakan hal yang harus diperkenalkan kepada konsumen. Pentingnya promosi dan kualitas produk

merupakan keuntungan bagi suatu perusahaan dalam meningkatkan penjualan. Semakin sering perusahaan memperkenalkan produknya, maka konsumen akan semakin terVolume Penjualan untuk memiliki produk tersebut.

Atas dasar itu, Telkomsel menyadari bahwa untuk meningkatkan volume penjualan, promosi dan kualitas produk menjadi penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut. Bauran promosi menjadi prioritas dalam memperkenalkan produk untuk mengambil keputusan pembelian produk.

Pada umumnya konsumen yang ingin membeli suatu produk selalu mencari pengenalan produk yang bertujuan untuk melakukan perbandingan dan melakukan review secara langsung berupa promosi yang menjadi informasi bagi konsumen dalam mengambil keputusan.

Data penjualan produk Kartu Simpati Telkomsel selama 3 tahun terhitung sejak Januari 2019 – Juni 2022 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Penjualan kartu Simpati di Palembang 2019– 2022

Bulan	Tahun			
	2019	2020	2021	2022
Jan	1.271	2.244	2.306	1.348
Feb	1.157	2.150	2.337	1.193
Mar	1.633	2.037	2.659	1.274
Apr	1.135	1.369	2.639	1.309
May	1.276	1.536	2.034	1.216
Jun	1.047	2.044	2.473	1.383
Jul	1.289	2.049	1.768	1.345
Aug	2.145	1.765	1.634	1.084

Sep	2.603	1.949	1.772	785
Oct	2.871	2.128	1.476	1.105
Nov	1.934	1.998	1.327	740
Dec	1.996	2.202	1.316	878

Sumber : Graha Telkomsel Palembang

Fluktuasi penjualan yang dialami Telkomsel setiap 1 bulan pada periode 2019 – 2022 menggambarkan bahwa konsumen tidak memiliki kepuasan yang berkelanjutan terhadap produk Telkomsel. Hal seperti ini terjadi karena banyaknya pesaing yang bermunculan di dunia telekomunikasi yang menawarkan kualitas bersaing dan dikemas dengan promosi menarik yang membuat konsumen bingung memilih produk yang mana. Oleh karena itu, pengguna dituntut untuk mengevaluasi suatu produk yang menurut pengguna adalah yang terbaik dibandingkan kompetitor lainnya. Keadaan ini mempengaruhi total penjualan suatu produk. Telkomsel dituntut untuk memberikan promosi yang lebih menarik dan beragam serta meningkatkan kualitas produknya untuk terus menarik perhatian konsumen agar konsumen tetap membeli produk yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas diketahui bahwa promosi, kualitas produk dan volume penjualan merupakan beberapa faktor yang sangat penting bagi perusahaan, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Volumen Penjualan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Kartu Simpati Telkomsel di Grapari Palembang”.

B. Identifikasi Masalah

1. Fluktuasi penjualan yang dialami Telkomsel konsumen tidak memiliki kepuasan yang berkelanjutan terhadap produk Telkomsel.
2. Promosi yang kurang menarik untuk di tawarkan ke konsumen
3. Kualitas produk yang ditawarkan kurang sebanding apa yang diterima oleh konsumen
4. Kurangnya minat konsumen terhadap produk
5. Kurangnya daya saing dengan produk competitor

C. Pembatasan Masalah

Karena masalah yang akan diteliti memiliki cakupan yang relatif luas dan berdasarkan identifikasi masalah di atas maka pembahasan dalam penelitian ini dibatasi pada pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan volume penjualan sebagai variabel intervening pada pengguna kartu simpati Telkomsel di GraPARI Palembang.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penulisan ini adalah:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kartu Simpati GraPARI di Palembang?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kartu Simpati GraPARI di Palembang?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap volume penjualan kartu Simpati GraPARI di Palembang?

4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap volume kartu Simpati GraPARI di Palembang?
5. Apakah volume penjualan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kartu Simpati GraPARI di Palembang?
6. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan volume penjualan sebagai variabel intervening kartu Simpati GraPARI di Palembang?
7. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan volume penjualan sebagai variabel intervening kartu Simpati GraPARI di Palembang?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penelitian ini ialah untuk memecahkan permasalahan yang tergambar pada latar belakang dan rumusan masalah. Tujuan penelitian merupakan sebagai usaha dalam menemukan, mengembangkan serta menguji kebenaran dari suatu pengetahuan dengan menggunakan metode yang ilmiah. Adapun tujuan berdasarkan rumusan masalah diatas yang diinginkan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisa Pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen Kartu Simpati GraPARI di Palembang
2. Mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kartu Simpati GraPARI di Palembang
3. Mengetahui dan menganalisa pengaruh promosi terhadap volume penjualan kartu Simpati GraPARI di Palembang

4. Mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan kartu Simpati GraPARI di Palembang
5. Mengetahui dan menganalisa pengaruh volume penjualan terhadap kepuasan konsumen kartu Simpati GraPARI di Palembang
6. Mengetahui dan menganalisa Pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen dengan volume penjualan sebagai variabel intervening kartu Simpati GraPARI di Palembang
7. Mengetahui dan menganalisa Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan volume penjualan kartu Simpati GraPARI di Palembang

F. Kegunaan Penelitian

Manfaat dari kajian ini adalah:

1. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis, menerapkan teori-teori yang telah dipelajari selama perkuliahan, mengembangkan kepribadian penulis dalam menganalisis suatu masalah dan memecahkan masalah serta pemecahannya.
2. Sebagai masukan kepada perusahaan Telkomsel untuk meningkatkan kualitas produk dan melakukan promosi yang lebih menarik untuk membangun Kepuasan Konsumen yang berdampak pada volume penjualan
3. Untuk menambah pengetahuan tentang literatur ilmiah khususnya tentang pemasaran dan juga sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Hermawan* 2013. Komunikasi pemasaran. Jakarta : Erlangga
- Alma, Buchari.* 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta:
- Arikunto, Suharsimi.* 1998. Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka
- Basu Swastha,* 2017. Manajemen Pemasaran Modern; Yogyakarta: BPFEBasuswastha (2016:58),
- Basu Swastha dkk.*2015. Manajemen Pemasaran-Analisis. Perilaku Konsumen. (BPFEBasuswastha)
- Buchari Alma.,* 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. CV. Alfabeta
- Ghozali, Imam.* 2014. Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS). Edisi 4
- Efendi Pakpahan.* 2015. Volume Penjualan. Jakarta : PT. Bina Initama SejahteraErnawati (2019)
- Fandi, Tjiptono.* 2014. Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- _____. 2016. Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Ghozali,* 2014. Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit. UNDIP , Semarang
- Irine.* (2009). Gambaran Tingkat Kepuasan Ibu Bersalin Tentang Pelayanan Persalinan Program Jampersal di BPM Yulia Kota Semarang. Jurnal Online Universitas Muhammadiyah Semarang
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry,* 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran,Jilid 1., Erlangga, Jakarta
- _____. (2014). Manajemen Pemasaran. Edisi 15. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Keller.* 2009. Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta
- _____. 2012. Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta
- _____. 2013. Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta
- _____. 2016. Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Oentoro,* Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: LaksBang. PRESSindo
- Rangkuti, Freddy.* (2011). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- Assauri, Sofjan*. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers
- Sudaryono*. 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono (2011)*. Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Alfabeta)
- Sugiyono (2010)*. Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Alfabeta
- Fandy Tjiptono*. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta