

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
ROCKET EYANG CABANG TRIKORA PALEMBANG**



SKRIPSI

Disusun Oleh:

Felianda
01011381722144

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)*

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2024

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF
PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
ROCKET EYANG CABANG TRIKORA PALEMBANG.

Disusun Oleh :

Nama : Felianda
NIM : 01011381722144
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian / Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing
Ketua,

Tanggal

:24 Juli 2024

Dr. Aslania Rosa, S.E., M.Si

NIP. 19720529200604201

Anggota,

Tanggal

:24 Juli 2024

Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M

NIP. 197512252015041001

ASLI

25/7/2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
ROCKET EYANG CABANG TRIKORA PALEMBANG.**

Disusun oleh:

Nama : Felianda
NIM : 01011381722144
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 19 Juli 2024 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Palembang, 24 Juli 2024

Ketua



Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.S.i
NIP. 19720529200604201

Anggota



Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M
NIP. 197512252015041001

Anggota



Hera Febria Mavilinda, S.E., M.Si
NIP. 198802282019032018

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Muhammad Ichsan Hadiri, M.M
NIP. 98907112018031001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Felianda
Nim : 01011381722144
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Mata Kuliah Skripsi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ROCKET EYANG CABANG TRIKORA PALEMBANG.

Pembimbing :

Ketua : Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
Anggota : Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M
Tanggal Ujian : 19 Juli 2024

Adalah benar hasil karya saya sendiri, adapun bagian-bagian tertentu dalam skripsi yang saya peroleh dari karya tulis orang lain, yang telah saya sebutkan sumbernya dengan jelas, sesuai kaidah penulis ilmiah.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang, 24 Juli 2024

Pembuat Pernyataan,



Felianda
NIM. 01011381722144

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Tidak masalah seberapa lambatnya kamu berjalan, asalkan kamu tidak pernah berhenti berusaha.” –Confucius

“ALLAH tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya ...” –Q.S Al-Baqarah: 286

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

- ❖ **Almarhumah Ibuku**
- ❖ **Keluargaku dan orang-orang yang kusayang**
- ❖ **Dosen FE UNSRI**
- ❖ **S1 Manajemen 2017**
- ❖ **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah serta nikmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian Skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsume Rocket Eyang Cabang Trikora Palembang”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Penyusun Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, namun segala kesalahan dan kekurangan menjadi tanggung jawab penulis. Berkat bimbingan serta dukungan dari banyak pihak, penulis ucapkan terima kasih. Semoga ini menjadi skripsi yang baik dan dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Palembang, 24 Juli 2024
Penulis,



Felianda
NIM. 01011381722144

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik bersifat moral ataupun material. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas segala berkat, rahmat, nikmat, kelancaran dan kesehatan yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dan meraih gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Sriwijaya Palembang.
2. Terkhusus untuk Ibuku tercinta, Ibu Yurliani (Almarhumah) & Ayahku tersayang Ayah Dermawan telah memberikan bantuan berupa dukungan baik materi maupun non-materi, motivasi, kasih sayang, serta doa tulus yang tak henti kepada penulis.
3. Terkhusus kedua kakak kandungku Dery Marsan, S.T & Zulham Meidi S.P dan kedua ayuk iparku tersayang Anita Rahma Rahayu, S.Tr & Indah Fitriyani S.P yang telah memberikan dukungan dari bentuk apapun baik materi maupun non-materi dan doa yang tidak hentinya untuk penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Terkhusus bibiku tersayang Dr. Yulia Saftiana, S.E., M.Si, Ak yang telah memberikan dukungan dan motivasi serta dorongan tiada hentinya agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Yth. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
6. Yth. Bapak Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., ME. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

7. Yth. Bapak Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
8. Yth. Ibu Lina Dameria Siregar, S.E., M.M selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Sriwijaya.
9. Yth. Ibu Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Skripsi I yang telah membimbing saya, memberikan waktu, masukan, dan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
10. Yth. Bapak Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang telah membimbing saya, memberikan waktu, masukan, dan saran kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.
11. Yth. Ibu Hera Febria Mavilinda, S.E., M.Si selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah memberikan waktu, masukan, dan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
12. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang dengan ikhlas telah memberikan dan membagikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat selama saya menjalankan perkuliahan.
13. Kak Adi selaku Admin Akademik Jurusan Manajemen, Para Staff Akademik dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya kampus Palembang, yang telah membantu saya sejak awal sampai akhir perkuliahan.
14. Laboratorium Pemasaran dan Bisnis yang telah membantu penulis dalam pengolahan data.

15. Teman-teman terbaik dalam masa perkuliahan Indah Puji Lestari, S.E, Sofia Adha, S.E, Shela Wulandari, S.E. Shinta Feliantina, S.E. Nyayu Nurhasanah, S.E, Novi Sari Putri, S.E, yang telah banyak membantu dalam urusan perkuliahan hingga akhir.
16. Teman-teman seperjuangan akhir perkuliahan Prasetyo Adi Nugroho, Masagus Alfarizy, Akmal, Rosanina Sagitaweni
17. Sahabat terbaikku “Istiqomah!” Fadiyah Ardianti dan Desti Alyani yang selalu memberi dukungan kepada penulis.
18. Partner terbaikku Muhammad Vijay, A.Md yang menemani, membantu, dan menjadi tempat keluh kesah selama masa perskripsian.
19. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
20. Teruntuk diriku sendiri yang telah bekerja keras melewati semua hal rintangan dengan kuat, sabar dan tidak mudah menyerah dalam penyelesaian skripsi ini.

LEMBAR PERSETUJUAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing Skripsi telah menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa :

Nama : Felianda
NIM : 01011381722241
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Rocket Eyang Cabang Trikora Palembang

Telah kami periksa penulisan grammar, maupun susunan tenses nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar Abstrak.

Pembimbing Skripsi,

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
NIP. 19720529200604201



Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M
NIP. 1989071120180310001

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ROCKET EYANG CABANG TRIKORA PALEMBANG

Oleh:

Felianda

Penelitian ini bertujuan untuk analisis promosi terhadap kepuasan konsumen Rocket Eyang Cabang Trikora Palembang. Populasi penelitian ini adalah konsumen Rocket Eyang Cabang Trikora, dan sampel penelitian ini berjumlah 100 orang. Data yang dianalisa bersumber dari jawaban atas kuesioner yang dibagikan kepada responden. Hasil penelitian didapati bahwa Promosi berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Rocket Eyang Cabang Trikora Palembang. Berdasarkan hasil penelitian ini disarankan kepada Pihak Rocket Eyang Cabang Trikora Palembang diharapkan mampu meningkatkan kegiatan promosinya baik secara langsung maupun menggunakan media, karena semakin sering promosi dilakukan maka akan semakin banyak masyarakat Kota Palembang yang memperoleh informasi tentang Rocket Eyang dan hal tersebut dapat menambah pemasukan bagi Rocket Eyang.

Kata Kunci: *Promosi, Kepuasan Konsumen, Rocket, Eyang*

Pembimbing Skripsi

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.S.i
NIP. 19720529200604201



Dr. Muhammad Ihsan Hudiri, S.T, M.M
NIP. 19890711201831001

ABSTRACT

THE EFFECT OF PROMOTION ON CUSTOMER SATISFACTION OF ROCKET EYANG TRIKORA PALEMBANG BRANCH

By:

Felianda

This research aims to analyze promotions on consumer satisfaction at Rocket Eyang Trikora Palembang Branch. The population of this research is consumers of Rocket Eyang Trikora Branch, and the sample for this research is 100 people. The data analyzed comes from answers to questionnaires distributed to respondents. The research results found that Promotion had a significant and influential effect on Customer Satisfaction at Rocket Eyang, Trikora Palembang Branch. Based on the results of this research, it is recommended that Rocket Eyang Trikora Palembang Branch be able to increase its promotional activities both directly and using the media, because the more often promotions are carried out, the more people in Palembang City will receive information about Rocket Eyang and this can increase income for Rocket. Grandparent.

Keywords: *Promotion, Consumer Satisfaction, Rocket, Eyang*


Advistor

Chairman of The Management Department



Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.S.i

NIP. 19720529200604201



Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T, M.M

NIP. 19890711201831001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA DIRI

Nama : Felianda
NIM : 01011381722144
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 06 Februari 2000
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Jl. Rama Raya Perumahan Villa Gardena 1 Blok:
E8 Kec. Alang-Alang Lebar Kel. Karya Baru Palembang
Email : feliandaian@gmail.com
No. Hp : 082178782242

PENDIDIKAN FORMAL

SD : SD Muhammadiyah 1 Palembang
SMP : SMP Negeri 13 Palembang
SMA : SMK Negeri 3 Palembang
Perguruan Tinggi : Universitas Sriwijaya

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
LEMBAR PERSETUJUAN ABSTRAK	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xii
DAFTAR ISI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Teori	9
2.1.1 Managemen Pemasaran	9
2.1.2 Marketing Mix	10
2.1.3 Promosi	14
2.1.4 Iklan	17
2.1.5 Media massa	21
2.1.6 Media online	23
2.1.7 Framing	23
2.1.8 Kepuasan Konsumen	25
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Pemikiran	35
2.4 Kerangka Konsep	36

2.5	Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Ruang Lingkup Penelitian	39
3.2	Rancangan Penelitian	39
3.3	Jenis Dan Sumber Data	39
3.4	Teknik Pengumpulan Data	40
3.5	Populasi Dan Sampel	41
3.6	Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	42
3.7	Uji Instrumen Penelitian	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		48
4.1.	Profil Responden	48
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	49
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
4.3.	Hasil Uji Instrumen Penelitian	51
4.3.1	Hasil Uji Validitas	51
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	53
4.4.1	Uji Normalitas	54
4.5.	Uji Hipotesis	57
4.5.1	Analisis Regresi Sederhana	57
4.5.2	Analisis Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R^2)	58
4.5.3	Hasil Uji t	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		61
5.1.	Kesimpulan	61
5.2.	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA		62

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) sebagai bentuk usaha ekonomi produktif dari seseorang ataupun sekelompok orang dan merupakan anak perusahaan ataupun anak cabang perusahaan yang sesuai dengan ketentuan pada Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 mengenai UMKM. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM seperti kondisi perekonomian Indonesia yang sedang bertumbuh, dimana pertumbuhan tersebut dapat mendorong seseorang memiliki usaha sendiri. Faktor lainnya adalah perkembangan aktivitas bisnis UMKM yang meliputi faktor demografi, gaya hidup, dan kebiasaan masyarakat. Seluruh aktivitas manusia cenderung terus mengalami perubahan, baik mengenai budaya, kondisi ekonomi, sosial, perubahan politik, dan perilaku pesaing yang dapat meningkatkan persaingan usaha secara kompetitif pada sektor bisnis dan pada umumnya perubahan tersebut dapat memudahkan sebuah aktivitas usaha (Margareta, et al, 2020).

Pemasaran merupakan kegiatan bisnis yang dilakukan untuk menyeimbangkan SDM, keuangan, dan bentuk organisasi dengan keinginan ataupun kebutuhan pelanggan dalam hal pembuatan strategis yang kompetitif. Melalui kegiatan pemasaran inilah yang dapat menciptakan hubungan baik antara seseorang dengan sekelompok orang untuk memenuhi suatu kebutuhan atau keinginan, pemenuhan tersebut dilakukan melalui proses tawar-menawar dengan

memberikan kebebasan untuk melakukan tukar menukar produk yang dimiliki. Pada umumnya pemasaran adalah sebuah usaha yang dilakukan perusahaan untuk terus bertahan, mempertahankan konsumen yang dimiliki, dan memperluas pasar (Iqbal, et al, 2019).

Fenomena ini terjadi pada salah satu jenis UMKM yang sedang mengalami perkembangan di Palembang yaitu UMKM makanan dengan menawarkan produk berupa risol, yaitu Rocket Eyang, UMKM ini menawarkan risol dengan *variant* rasa yang *modern*, sebuah inovasi yang disesuaikan dengan karakteristik dan selera konsumen saat ini. Apabila produk yang perusahaan hasilkan gagal dipasarkan, maka diperkirakan perusahaan tidak mampu bertahan dalam waktu yang lama dan berujung pada kebangkrutan. Oleh karena itu, membangun sebuah usaha harus benar-benar diperhitungkan seperti tempat atau lokasi yang dapat mempengaruhi kesuksesan sebuah usaha (Sitepu, 2017).

Pemilihan lokasi atau tempat adalah bagian dari determinasi yang penting pada keputusan konsumen membeli produk kita, dimana setiap perusahaan harapannya memilih lokasi yang strategis sehingga mudah dijangka konsumen. Standar minimal pemilihan lokasi usaha adalah menentukan tempat dekat dengan pemukiman warga dan sering dikunjungi atau ramai. Salah menentukan lokasi, dampaknya sangat besar pada kelanjutan bisnis. Bisnis merupakan kegiatan manusia yang bertujuan untuk menghasilkan laba dengan memproduksi barang atau jasa. Lokasi sebuah bisnis sangat berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis (Delima, et al, 2019).

Rocket Eyang merupakan makanan khas Indonesia yang biasanya disebut risol. Rocket Eyang ini telah berdiri sejak tahun 2016 yang diawali dengan penjualan di sekolah oleh salah satu pemilik dari UMKM. Pada tahun 2016 harga jual 1 rocket Rp 1.000 yang dijual di jam istirahat sekolah. Pada tahun 2017 rocket eyang dijual dengan sistem Pre-Order yang hanya menerima dalam 3x seminggu. Ditahun 2018 rocket eyang memperluas penjualan dan promosi sehingga mengalami peningkatan pendapatan dan penjualan. Ditahun 2019 dan 2020 rocket eyang mengalami penurunan sehingga pendapatan dan penjualan berkurang.

Masyarakat pada umumnya hanya mengetahui risol/rocket yang berisi kentang dan wortel. Akan tetapi, Rocket Eyang hadir dengan menawarkan produk yang berbeda dan lebih bervariasi, Rocket Eyang mempunyai berbagai macam *variant* rasa selain kentang dan wortel. Rocket Eyang mempunyai 7 *variant* rasa yaitu: Original (kentang, ayam, dan wortel), Bihun, Mercon (ayam pedas) , Egg mayo, Kornet, Coklat, dan Jagung susu. Dengan hadirnya bermacam-macam variasi rasa diharapkan dapat meningkatkan minat dan antusiasme konsumen, inovasi tersebut diterapkan dengan tujuan agar konsumen tidak merasa bosan dan memiliki banyak pilihan untuk mengonsumsi rocket . Data penjualan Rocket Eyang cabang Trikora Palembang disajikan tabel berikut:

Tabel 1.1 Data Penjualan Rocket Eyang Palembang

TAHUN	PENJUALAN ROCKET EYANG	
	Jumlah Makanan	Nilai (Rupiah)
2016	39.000	136.500.000
2017	46.800	163.800.00
2018	62.400	218.400.000
2019	21.600	54.000.000
2020	28.600	28.600.000

Sumber : Data Penjualan Rocket Eyang Tahun 2020

Pada tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 Rocket Eyang mengalami peningkatan dan penurunan dalam penjualan. Hal ini dapat dilihat melalui tabel diatas. Ditahun 2018 sampai dengan tahun 2020 rocket eyang mengalami peningkatan pendapatan penjualan karena salah satu dampak dari kurangnya promosi UMKM. Di tahun 2016 rocket eyang berjualan di sekolah pada jam istirahat, kemudian pada tahun 2017 Rocket Eyang membuka pelayanan dengan sistem Pre-Order 3 kali dalam satu minggu. Ada juga yang dilakukan dengan sistem COD (Cash On Delivery). Di tahun 2018 hingga sekarang, rocket eyang telah memiliki tempat sendiri di Jl. Trikora dengan pelayanan yang bisa langsung diorder ditempat dan bisa juga pembelian melalui online seperti Gofood dan Grabfood. Namun, ketidakpuasan konsumen diakibatkan kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak owner.

Selain itu Rocket Eyang juga memiliki beberapa pesaing di Kota Palembang, yakni sebagai berikut:

Tabel 1.2 Data Pesaing Rocket Eyang Di Kota Palembang

No	Nama Outlet	Alamat
1.	Riloles Moji	Jalan Veteran No. 27 C
2.	Risoles Miracle Born	Jalan Depaten Lama No. 121
3.	Risol Mayo Dello	Jalan Sei Hitam
4.	Risol Montok Bang Afif	Jalan R.A. Abusamah
5.	Risoles Coklat Lumer Bulbul	Komplek Palmview
6.	Risoles Mayo	Komp. Bukit Nusa Indah Jalan Kebun Bunga
7.	Risoles Rumiya	Jalan Ki. Merogan Lorong Yakin
8.	Risol Nyai	Jalan R. A. Latief, 23 Iilir, Kec. Bukit Kecil,
9.	Jhonykwe	Komplek. Griya Musi Permai
10.	Risol Enak	Lorong Muhajirin
11.	Risoles Mantap	Lorong Cemara
12.	Riso ca	Jalan Batujajar
14.	Imesa	Jalan Jend. Sudirman No.10512A
15.	Dapur Ibu Yogurt	Komplek Golden Sapta Blok A6

Sumber : Go food.co.id

Pemilik Rocket Eyang menyadari bahwa jika mereka tidak melakukan promosi guna memperkenalkan keberadaannya pada masyarakat Kota Palembang dan sekitarnya, maka keberadaan mereka bisa digeser oleh para pesaing. Hal yang perlu dilakukan untuk menyebarkan informasi terkait produk makanan Rocket Eyang dapat dilakukan dengan media promosi, seperti instagram, facebook, whatsapp, dan yang lainnya. Media sosial sebagai strategi promosi merupakan pilihan yang sangat tepat untuk diterapkan, karena saat ini, hampir seluruh masyarakat banyak menghabiskan waktunya memegang gadget untuk mengakses media sosial.

Tabel 1.3 Survey Kepuasan Konsumen

Tahun	Survey Kepuasan (%)
2016	85%
2017	96%
2018	75%
2019	67%
2020	55%

Sumber : Data Primer 2020

Hal diatas menunjukkan bahwa rerata survey kepuasan konsumen ditahun 2020 menurun sehingga promosi cukup berperan penting untuk meningkatkan jumlah konsumen dan penjualan, karena perusahaan akan mengalami kesulitan mengenalkan atau menjual produknya tanpa menggunakan promosi, seperti Rocket Eyang yang menggunakan promosi untuk mengenalkan produk makanan kepada calon konsumen yang baru. Pemilik usaha dapat menentukan strategi promosi yang akan diterapkan, tentunya hal tersebut harus disesuaikan dengan karakteristik konsumen yang akan menjadi target pasar. Rocket Eyang menggunakan sosial media instagram untuk mempromosikan berbagai macam *variant* rasa yang dimiliki. Promosi dilakukan melalui akun instagram Rocket Eyang, maupun akun-akun yang telah bekerjasama untuk mempromosikan produk dari Rocket Eyang. Berdasarkan teori promosi Kotler & Armstrong, (2012) dikaitkan dengan adanya permasalahan sebagai berikut:

1. Komunikasi Pribadi merupakan bentuk komunikasi tatap muka (langsung) diantara penjual dengan calon pembeli untuk mengenalkan produk;

2. Iklan adalah salah satu pendekatan melalui media komunikasi yang mampu memberikan informasi kepada masyarakat luas dengan satu waktu tertentu;
3. Promosi penjualan merupakan jenis persuasi yang dilakukan langsung dengan menggunakan beberapa insentif yang mampu dikendalikan dengan tujuan mempengaruhi pembelian suatu produk.

Perilaku konsumen merupakan studi mengenai cara seseorang, sekelompok orang, dan lembaga atau organisasi menentukan, membeli, menikmati, dan membunng barang, pengalaman, ide, atau jasa yang bertujuan memberikan kepuasan atas keinginan dan kebutuhan konsumen. Setiap konsumen sangat memperhatikan bagaimana sikap pelayanan yang diterimanya, baik atau buruknya. Pelayanan sangat penting dalam membangun usaha, karena pelayanan yang baik dapat memikat konsumen menjadi pelanggan, yang tentunya akan sangat menguntungkan bagi perusahaan untuk jangka panjang.

Berdasarkan penjelasan tersebut, keberlanjutan sebuah usaha dapat ditentukan dari tiga faktor, salah satunya promosi. Oleh karena itu perlu adanya analisis pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen Rocket Eyang.

1.2 Perumusan Masalah

Sebagaimana penjelasan mengenai latar belakang yang sudah diuraikan, dirumuskan pertanyaan tentang “Bagaimanakah pengaruh dari Promosi terhadap kepuasan konsumen Rocket Eyang Cabang Trikora Palembang?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah: Menguji bagaimana pengaruh dari promosi terhadap kepuasan konsumen pada Rocket Eyang cabang Trikora;

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut nilai manfaat yang diharapkan atas penyelenggaraan penelitian ini:

1. Bagi akademisi

Menghasilkan tambahan pengetahuan dan informasi yang dijadikan perbandingan peneliti berikutnya tentang seluruh kelebihan dan kelemahan penelitian ini.

2. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan baru mengenai hal-hal yang mempengaruhi kepuasan pada konsumen di Rocket Eyang.

3. Bagi Perusahaan

Menghasilkan referensi yang baru untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan berdasarkan pada beberapa hal salah satunya cara promosi yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifudin. (2016). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Wisata Bahari Lamongan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(12), 1–17.
- Azwar, S. (1999). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Sigma Alpha.
- Cummins, J. (2010). *Promosi Penjualan*. Tangerang: Binarupa Aksara.
- Desrianto, D., & Afridola, S. (2020). Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffee Town Bakery Di Kota Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 2020–2033. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.28054>
- Efnita, T. (2017). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer. *AdBispreneur*, 2(2), 107–115. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v2i2.13162>
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Penerbit Universitas Diponegoro (7th ed.)*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v10i2.5909>
- Iqbal, I., & Suwanto. (2019). Pengaruh Keterampilan Kerja Dan Komitmen Profesi Terhadap Kinerja Karyawan Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Simplex*, 2(3), 164.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Manampiring, A., Tumbuan, W. J. A. F., & Wenas, R. (2016). Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kartu Kredit Pt. Bank Mandiri Tbk. Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2), 164–176. <https://doi.org/10.35794/emba.v4i2.12545>
- Margareta, L. Cicilia, & Widyawati, N. (2020). Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Sate Taichan Goreng Cabang Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(7), 1–15.
- Sitepu, J. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Pln (Persero) Distribusi Pelayanan Di Rayon Kabanjahe. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono, (2017). *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*. Bandung :

Alfabeta.

- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang BSD Tangerang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 7–13.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi Ke-4* (4th ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Usman, H., & Akbar, Purnomo S. (2008). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wong, A., & Sohal, A. (2003). Service Quality and Customer Loyalty Perspective on Two Level of Retail Relationship. *Department of Management, Monaxh Univerxitsu, Saulfield Eaxt, Vistoria, Auxtralia*, 17(3), 493–313.
- Assidiki, Z., & Budiman, A. N. (2023). The Influence of Price, Promotion, Product Quality, and Consumer Satisfaction on Purchasing Decisions of HAUS! *Research of Business and Management*, 1(1), 21-31.
- 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). *Product Quality, Price, Brand Image, and Promotion to Consumer Satisfaction Affecting on Consumer Loyalty (Online Shop)*(January 1, 2019).
- Harianja, C. A. (2023). The Influence of Service Quality and Promotion on Consumer Satisfaction at Le Polonia Hotel Medan. *Jurnal Online Mahasiswa*, 1(3).
- Marlim. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Jaringan Provider Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Smartfren Telecom Medan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 969-974.
- Setiawan, D. A., Husen, I. A., Yuliansyah, R., & Wasif, S. K. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek (Studi Kasus Ini di Wilayah Kelurahan Cipinang Besar Utara). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(9), 3131-3148.