

## PERAN PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI ROJER DESSERT SONDER

### *THE ROLE OF SERVICE AND PROMOTION TO CUSTOMER SATISFACTION AT SONDER ROJER DESSERT*

Oleh:  
**Aldo Wilhar Nooh**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen  
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-Mail :  
[aldonooh99@gmail.com](mailto:aldonooh99@gmail.com)

**Abstrak** : Perkembangan bisnis kuliner di era modern ini semakin berkembang pesat dimana berbagai hidangan makanan yang menarik selera telah berkembang di berbagai restoran, rumah makan, warung makan serta kedai-kedai kuliner baik di kota besar maupun sampai kepada desa-desa di berbagai belahan dunia. Penelitian bertujuan untuk mengetahui peran pelayanan dan promosi secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan di Rojer Dessert Sonder. Jenis penelitian adalah kuantitatif. Populasi adalah pengunjung pada Rojer Dessert Sonder sebanyak 100 orang dan didapat sampel 75 orang. Teknik analisis memakai regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan dan promosi berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu Rojer Dessert Sonder sebaiknya lebih meningkatkan pelayanan dan promosi untuk meningkatkan kepuasan para pelanggan.

**Kata Kunci** : *pelayanan, promosi, kepuasan pelanggan*

**Abstract** : *The development of the culinary business in the modern era is growing rapidly where a variety of interesting food tastes have developed in various restaurants, restaurants, food stalls and culinary stalls both in big cities and to villages in various parts of the world. The study aims to determine the role of service and promotion simultaneously and partially on customer satisfaction at Sonder Rojer Dessert. This type of research is quantitative. The population is 100 people on Rojer Dessert Sonder and a sample of 75 people is obtained. The analysis technique uses multiple linear regression. The results of the study indicate that service and promotion have an effect simultaneously or partially on customer satisfaction. Therefore Rojer Dessert Sonder should improve service and promotion to increase customer satisfaction.*

**Keywords** : *service, promotion, customer satisfaction*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perkembangan bisnis kuliner di era modern ini semakin berkembang pesat dimana berbagai hidangan makanan yang menarik selera telah berkembang di berbagai restoran, rumah makan, warung makan serta kedai-kedai kuliner baik di kota besar maupun sampai kepada desa-desa di berbagai belahan dunia.

Di Indonesia sendiri, jumlah rumah makan yang bersaing dalam pasar sangat banyak didukung oleh penetrasi internet sehingga konsumen memiliki ragam pilihan dan alternatif untuk dapat memenuhi kebutuhannya dan berhak memilih sesuai yang konsumen inginkan kapanpun saat konsumen menginginkannya. Dengan adanya persaingan yang terjadi, hal tersebut menuntut para pelaku bisnis untuk mengeluarkan segala kemampuan yang mereka miliki agar dapat bersaing dan tetap relevan di pasar.

Daerah Sulawesi Utara (Sulut) menjadi salah satu daerah bisnis kuliner terbaik, hal itu di karenakan mayoritas warganya pencinta makanan, baik makanan daerah khas Sulawesi Utara sendiri, makanan luar daerah bahkan luar negeri dapat ditemukan berada di Sulawesi Utara. Di Sulawesi Utara akan banyak kita jumpai rumah makan di berbagai tempat. Salah satu yang tempat makan yang terkenal berada di pesisir pantai Malalayang dikarenakan posisi yang berada di pesisir pantai. Namun, dikarenakan persaingan yang ketat membuat beberapa rumah makan harus tutup.

Salah satu bidang bisnis yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis di bidang makanan penutup (*dessert*). Namun persaingan bisnis yang pemasarannya dengan cara online punya efek samping yaitu dapat sewaktu-waktu berkurangnya konsumen sehingga turunnya pendapatan. Hal ini membuat pemilik usaha berupaya keras dengan meningkatkan pelayanannya dan memberikan promosi yang menarik agar menarik hati para konsumen. Rojer Dessert bergerak di Usaha Mikro Kecil sehingga usaha ini tidak begitu terlalu membutuhkan dana yang begitu besar untuk menjalankannya. Cukup dengan dana yang terbilang kecil mampu menghasilkan berbagai menu makanan penutup yang menarik. Oleh sebab itu perlu adanya strategi pemasaran yang cukup untuk menjalankan serta mempertahankan usaha ini untuk terus bergerak maju di tengah persaingan yang semakin ketat.

### Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh :

1. Peran Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rojer Dessert Sonder.
2. Peran Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rojer Dessert Sonder.
3. Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rojer Dessert Sonder.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Manajemen Pemasaran

Kotler dan Keller (2014:05) menyatakan Pemasaran merupakan fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi

### Pelayanan

Moenir (2012:26) mendefinisikan Pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.

### Promosi

Kotler dan Armstrong (2012:62) mendefinisikan promosi (*promotion*) adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi

### Kepuasan Pelanggan

Definisi kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller (2014:150) adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

### Penelitian Terdahulu

Widjoyo, Rumambi dan Kunto (2013) melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada layanan drive thru McDonald’s Basuki Rahmat di Surabaya. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa dimensi reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pengguna layanan drive thru McDonald’s Basuki Rahmat di Surabaya.

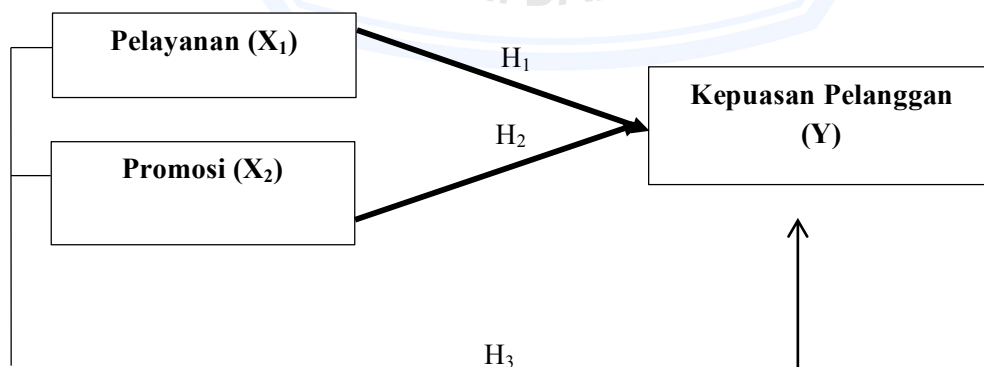
Pontoh (2014) melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa secara simultan kualitas layanan, citra perusahaan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan, secara parsial citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan sedangkan kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan.

Diza (2016) melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan, baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan konsumen

Ogi (2017) Tujuan pelatihan ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam mengembangkan usaha rumah makan di Kelurahan Ranotana Kecamatan Sario Kota Manado. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Para pelaku usaha mikro dan kecil menengah khususnya usaha rumah makan yang berada di daerah Kel. Ranotana Kec. Sario Kota Manado dibekali dengan materi peran dan fungsi dari MEA, sehingga mereka dapat mengembangkan usaha mereka untuk dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan asing yang tergabung dalam MEA yang dapat dengan mudah mengembangkan usaha mereka di propinsi Sulawesi Utara khususnya di Kota Manado. Dalam pengabdian ini para pelaku bisnis juga dibekali dengan pelatihan kewirausahaan sehingga dapat membantu para pelaku usaha dalam manajemen usaha mereka sehingga mempunyai daya saing dan dapat bersaing dengan para pelaku usaha besar.

Bolang (2015) Perusahaan harus senantiasa memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar konsumen yang menjadi pelanggan akan merasa puas sehingga mereka akan setia menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Melalui kepuasan pelanggan akan membawa pengaruh positif bagi perusahaan, yakni tercapainya tujuan perusahaan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kondisi dan memberi gambaran kualitas layanan dan untuk mengetahui peran pelayanan teller dan customer service terhadap kepuasan pelanggan. Metode analisis yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan yang diberikan berada pada kategori baik dan sangat baik melalui keramahan, cara berbicara dan kesiapan para teller dan customer service untuk melayani nasabah sehingga menciptakan suasana yang nyaman dalam proses transaksi di bank BRI Unit Karombasan. Namun demikian masih terdapat beberapa kekurangan, seperti adanya ketidak nyamanan akibat perbaikan fasilitas dari kantor kas yang sebenarnya bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan konsumen. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan teller dan customer service sebaiknya pimpinan bank memberikan kesempatan untuk mengikuti pelatihan dan karyawan sebaiknya berhati-hati melaksanakan transaksi sehingga dapat meminimalisir potensi kerugian yang akan terjadi

**Kerangka Pemikiran**



**Gambar 1. Model Penelitian**  
*Sumber : Kajian Teori, 2018*

**Hipotesis Penelitian**

H1: Diduga Peran Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Rojer Dessert

H2: Diduga Peran Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Rojer Dessert

H3: Diduga Peran Pelayanan dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Rojer Dessert

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Berdasarkan metode dan teori yang digunakan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif.

### Tempat dan Waktu Penelitian

Rojer Dessert Sonder. Penelitian ini dilakukan dari bulan Juli s/d bulan November 2018.

### Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2012:215) pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Rojer Dessert. Sugiyono (2012:120) menjelaskan definisi sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 75 orang.

### Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini jenis data yang dipakai yaitu data kuantitatif. Kuantitatif merupakan data yang berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Sumber data di penelitian ini ada 2, yaitu data primer dan sekunder. Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dalam hal ini dengan melakukan survey lapangan yang menggunakan metode pengumpulan data original lewat pembagian kuesioner dengan memberikan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada pelanggan. Data Sekunder yaitu data yang diambil dari perusahaan berupa dokumen, catatan, laporan-laporan, hasil-hasil penelitian, buku-buku, artikel dan berbagai publikasi serta instansi terkait yang relevan dengan masalah yang diangkat.

### Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Angket atau kuisisioner adalah daftar pertanyaan/ Pernyataan yang di distribusikan melalui penulis untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan peneliti. Responden (Pelanggan Rojer Dessert) ditentukan berdasarkan teknik *sampling*.

### Teknik Analisis

Data yang diterima dari responden melalui kuisisioner akan dianalisis menggunakan program *Statistical Package For Social Sciences* (SPSS). SPSS adalah program computer yang dipergunakan untuk menganalisis statistic data.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menaksir bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, dependen sebagai faktor predictor dinaik turunkan nilainya Sugiyono (2012:277). Secara matematis bentuk persamaan dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut :  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas Variabel Penelitian

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Item	Korelasi	Keputusan
<b>Pertanyaan</b>		
Pelayanan		
1	0.919	Valid
2	0.638	Valid
3	0.706	Valid
4	0.750	Valid

5	0.642	Valid
6	0.782	Valid
Promosi		
1	0.809	Valid
2	0.729	Valid
3	0.770	Valid
4	0.818	Valid
5	0.721	Valid
6	0.705	Valid
7	0.829	Valid
Kepuasan Pelanggan		
1	0.774	Valid
2	0.835	Valid
3	0.871	Valid
4	0.630	Valid
5	0.804	Valid
6	0.835	Valid

Sumber : Olah Data, 2018

Tabel 1 menjelaskan bahwa setelah dilakukan uji validitas, dari kesemua item dinyatakan valid dan memenuhi standar koefisien validitas, maka dari item tersebut yang digunakan sebagai pengambilan data dalam penelitian.

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian**

Variabel	Item Pernyataan	Chronbach Alpha	Keputusan
Pelayanan	6	0.835	Reliabel
Promosi	7	0.885	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	6	0.881	Reliabel

Sumber : Olah Data, 2018

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena besar dari 0,60. Ini berarti kuesioner yang dijawab oleh responden terhadap pertanyaan yang diajukan adalah konsisten dengan keadaannya.

### Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji t-parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Sehingga Menurut Santoso (2000:206) suatu model regresi yang bebas dari multikolinearitas apabila mempunyai nilai VIF lebih kecil dari 10 dan mempunyai tolerance mendekati 1. Dapat di lihat pada tabel berikut

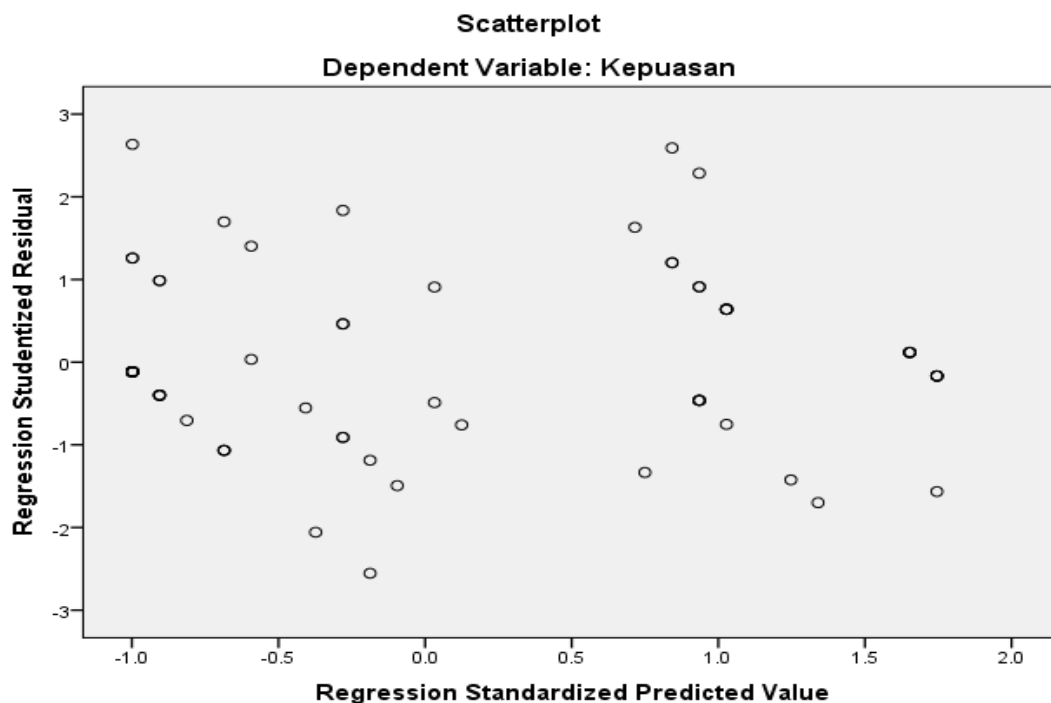
**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
Pelayanan	7.364	0.136	Non Multikolinearitas
Promosi	7.364	0.136	Non Multikolinearitas

Sumber : Olah Data, 2018

### Uji Heteroskedastisitas

Indikasi terjadi heteroskedastisitas apabila ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, antara lain seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit. Jika tidak ada pola yang jelas maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya indikasi heteroskedastisitas bisa juga dengan melakukan uji gletser. Jika variabel bebas signifikan secara statistik mempengaruhi variabel terikat maka ada indikasi terjadinya heteroskedastisitas (Ghozali, 2005:69). Bisa di lihat pada gambar scatterplot berikut:



**Gambar 2. Scatterplot Uji Heteroskedastisitas**

Sumber : Olah Data, 2018

Gambar 2 menunjukkan hasil diagram *scatterplot*, tidak terlihat pola yang sangat jelas, serta titik-titik yang menyebar bagian di atas dan bagian di bawah angka pada sumbu Y. Maka disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari heteroskedastitas dan pengujian ini layak di pakai.

**Tabel 4. Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized	T	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients		
(Constant)	-.055	1.058		-.052	.959
PELAYANAN	.204	.109	.187	1.865	.066
PROMOSI	.687	.089	.773	7.701	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Olah Data, 2018

$$Y = -0.055 + 0.204X_1 + 0.687X_2$$

Dari hasil persamaan regresi diketahui nilai konstanta (a) sebesar -0.055, dapat diartikan bahwa perlu adanya pengaruh dari variabel bebas pelayanan (X1) dan promosi (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) berada pada nilai skala -0.055. Untuk koefisien b1 sebesar 0.204, hal ini menunjukkan bahwa setiap ada peningkatan satu satuan pada pelayanan (X1) akan menghasilkan peningkatan sebesar 0.204 satuan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk koefisien b2 sebesar 0.687, hal ini menunjukkan bahwa setiap ada peningkatan satu satuan pada promosi (X2) akan menghasilkan peningkatan sebesar 0.687 satuan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian dengan persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel independen, pelayanan (X1) dan promosi (X2) memiliki hubungan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y).

Selain itu juga dapat dilihat bahwa kedua variabel bebas terdapat perbedaan, dimana variabel promosi (X2) berpengaruh lebih besar dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini ditunjukkan dengan perolehan koefisien masing-masing variabel, yaitu variabel promosi (X2) 0.687 lebih besar dari variabel pelayanan (X1) 0.204.

**Tabel 5. Hasil Uji Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.949 <sup>a</sup>	.902	.899	.73703

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber: Olah Data, 2018

Tabel 5 menunjukkan nilai R sebesar 0.949, berarti hubungan keeratan secara bersama-sama antara variabel dependen dan variabel independen sangat kuat karena R berada diantara 0,80-1.000. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,899 yang artinya 89.9% dari variabel promosi dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi terjadinya kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya (100%-89.9%=10.1 %) dipengaruhi sebab-sebab lain yang tidak diteliti pada penelitian.

### Uji T Parsial (t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing atau secara parsial variabel independen, yaitu pelayanan (X1) dan promosi (X2) Terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan (Y). Sementara itu secara parsial pengaruh kedua variabel independen tersebut dapat dilihat pada table 4.11

Pengaruh dari masing-masing variabel pelayanan (X1) dan promosi (X2) Terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan (Y) pada Rojer Dessert dapat dilihat dari tingkat probabilitas. Jika tingkat signifikansinya < 0.05 maka dikatakan bahwa variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan. Sebaliknya jika nilai signifikansinya > 0.05 maka dikatakan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh dan tidak signifikan.

Berdasarkan pengujian terhadap variabel peran pelayanan menunjukkan nilai signifikan 0.66 > 0.05 artinya secara parsial tidak berpengaruh dan tidak ada pengaruh signifikan antara peran pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sehingga H1 tidak dapat di terima. Kemudian pengujian terhadap variabel promosi menunjukkan nilai signifikan sebesar 0.000 > 0.05 artinya secara parsial ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel promosi terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 6. Hasil Uji Simultan (F)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum f Square	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	358.008	2	179.004	329.524	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	39.112	72	.543		
Total	397.120	74			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constan), PROMOSI, PELAYANAN

Sumber: Olah Data, 2018

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 329.524 dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis diterima. Maka model regresi menunjukkan bahwa variabel yang terdiri dari peran pelayanan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang terjadi pada Rojer Dessert.

### Pembahasan

#### Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel peran pelayanan berada pada kisaran nilai signifikan  $0.66 > 0.05$  artinya secara persial tidak berpengaruh dan tidak ada pengaruh signifikan antara peran pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sehingga H1 tidak dapat di terima. Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat di ketahui bahwa peran pelayanan di Rojer Dessert belum dapat memberi pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Rojer Dessert. Sehingga dengan demikian harus di tingkatkan lagi peran pelayanan yang lebih maksimal dan kualitas pelayanan yang lebih trampil sehingga dapat terwujudnya kepuasan pelanggan di Rojer Dessert. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Tulung *et al* (2016), Lumenta (2011), dan Pandesia (2017) yang menemukan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

#### Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel promosi berada pada kisaran nilai signifikan sebesar  $0.000 > 0.05$  artinya secara persial ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel promosi terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian dapat di ketahui bahwa variabel promosi memiliki pengaruh positif sehingga berpengaruh signifikan terhadap pkepuasan pelangan di Rojer Dessert. Untuk itu pemilik usaha Rojer Dessert harus tetap menjaga kualitas promosi yang di terapkan dalam usaha ini, sehingga akan tetap terus terjaganya kepuasan pelanggan di Rojer Desert. Dengan promosi yang sangat baik ini akan mampu memberi nilai kepuasan kepada pelanggan dan dapat mempengaruhi banyaknya pelanggan-pelanggan baru di Rojer Dessert.

### PENUTUP

#### Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini adalah:

1. Pelayanan dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan di Rojer Dessert.
2. Pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Rojer Dessert.
3. Promosi sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Rojer Dessert

#### Saran

Saran yang dapat diberikan adalah:

1. Oleh karena Pelayanan dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan di Rojer Dessert, maka kiranya dari pihak Rojer Dessert perlu lebih lagi meningkatkan Pelayanan dan Promosi agar akan tetap terus tercapai Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian akan menambah banyak pelanggan-pelanggan baru.
2. Oleh karena Pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Rojer Dessert, maka pihak Rojer Dessert perlu meningkatkan kualitas dan Peran Pelayanan agar terwujudnya Kepuasan Pelanggan. Pihak Rojer Dessert juga perlu memaksimal komunikasi agar mampu terjalin pelayanan yang maksimal dengan pelanggan.



3. Oleh karena Promosi sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Rojer Dessert, maka pihak Rojer Dessert perlu secara terus-menerus menambah inovasi baru dan berkreasi untuk dapat membuat Promosi-Promosi yang menarik perhatian banyak pelanggan, dengan terus memperhatikan Promosi yang dapat memberi kepuasan bagi pelanggan di Rojer Dessert.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bolang, V. R. 2015. Peran Pelayanan Teller dan Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank BRI Unit Karombasan Cabang Manado. *Jurnal EMBA Unsrat*.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/10118/9704>. Diakses Tanggal 16 Desember 2018.
- Diza, F. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. FIFGroup Manado). *Jurnal EMBA Unsrat*.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11568/11166>. Diakses Tanggal 27 Maret 2018.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, K. L. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, Edisi ke 13. Erlangga, Jakarta.
- Lumenta, D. J. 2015. Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Pos Indonesia (PERSERO) Manado. *Jurnal EMBA Unsrat*.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5913/5445>. Diakses Tanggal 27 Maret 2018.
- Moenir, H.A.S. 2012. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Ogi, I. W. J. 2017. Ibm Kelompok Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Ranotana Kecamatan Sario Kota Manado. *Jurnal JMBI Unsrat*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/17994/17518>. Diakses Tanggal 19 November 2018.
- Pandesia, A. E. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Griya Paniki Indah Manado. *Jurnal EMBA Unsrat*.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16161/15666>. Diakses Tanggal 16 Desember 2018.
- Panjaitan, J. E. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis*. <https://ojs.uph.edu/index.php/DJM/article/download/197/130>. Diakses Tanggal 27 Maret 2018.
- Pontoh, M.B. 2014. Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Bank BRI Cabang Manado.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5502/5029>. *Jurnal EMBA Unsrat*. Diakses Tanggal 27 Maret 2018.
- Santoso, S. 2000. *SPSS Statistik Parametrik*. Cetakan Pertama. PT Elexmedia Komputindo, Jakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Tulung, J. E., Saerang, I. S., & Pandia, S. (2018). The influence of corporate governance on the intellectual capital disclosure: a study on Indonesian private banks. *Banks and Bank Systems*, 13(4), 61-72.

- Tulung, J. E., & Ramdani, D. (2018). Independence, size and performance of the board: An emerging market research. *Corporate Ownership & Control*, 15(2-1), 201-208.
- Tulung, J. E., & Ramdani, D. (2015). The Influence of Top Management Team Characteristics on BPD Performance. *International Research Journal of Business Studies*, 8(3), 155-166.
- Widjoyo, Rumambi dan Kunto. 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Drive Thru McDonald's Basuki Rahmat di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. [publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/247/188](http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/247/188). Diakses Tanggal 27 Maret 2018.

