

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA MUSEUM PERJUANGAN TNI

Sariana Zalukhu¹, Maduma Sari Sagala², Evi Novalin Bako³

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Indonesia

E-mail: sarianazalukhu011@gmail.com, madumasari@gmail.com,
Evinovalin@gmail.com

ABSTRAK

Permasalahan dalam penelitian ini adalah terjadinya fluktuasi pengunjung pada Museum Perjuangan TNI dari tahun 2020-2024, kurangnya ketanggapan sebagian para petugas dalam melakukan pelayanan yang baik dan promosi belum dilakukan secara optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung pada Museum Perjuangan TNI. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 10.118 pengunjung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel 99 responden. Penentuan sampel menggunakan rumus slovin. Metode analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda dengan pengolahan data SPSS Versi 23.

Hasil analisis regresi linear berganda yaitu $Y = 10,589 + 0,128X_1 + 0,396 X_2 + e$ menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil uji t untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di mana dapat dilihat nilai thitung $2,189 > t_{tabel} 1,985$ dengan uji signifikan $0,031 < 5\%$. serta variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. thitung $4,567 > t_{tabel} 1,985$ dengan uji signifikan $(0,000) < 5\%$. Hasil nilai uji F terdapat pengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung dengan nilai $F_{hitung} = 17,809 > F_{tabel} 3,09$. Koefisien Determinansi (R^2) sebesar 0,520 (25,5%), sehingga dapat dikatakan bahwa 25,5% variasi variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan dan Promosi pada model ini dapat menjelaskan variabel Kepuasan Pengunjung pada Museum Perjuangan TNI sedangkan sisanya sebesar 74,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Promosi, Kepuasan Pengunjung

ABSTRACT

The problem in this study is the fluctuation in visitors to the Indonesian National Armed Forces Museum from 2020 to 2024, the lack of responsiveness of some staff in providing good service, and the ineffectiveness of promotion. This study aims to determine the effect of service quality and promotion on visitor satisfaction at the Indonesian National Armed Forces Museum. This study uses quantitative research. The population in this study was 10,118 visitors. The sampling technique used accidental sampling with a sample size of 99 respondents. The sample was determined using the Slovin formula. The data analysis method used was multiple linear regression with SPSS Version 23 data processing.

The results of the multiple linear regression analysis, $Y = 10.589 + 0.128X_1 + 0.396X_2 + e$, indicate that service quality and promotion have a positive and significant effect on visitor satisfaction. The t-test results for the service quality variable (X_1) have a positive and significant effect on visitor satisfaction, as seen in the calculated t value of $2.189 > t$ table 1.985 with a significance test of $0.031 < 5\%$. The promotion variable has a positive and significant effect on visitor satisfaction, as seen in the calculated t value of $4.567 > t$ table 1.985 with a significance test of $(0.000) < 5\%$. The F-test results show a positive effect on visitor satisfaction, with the calculated F value = $17.809 > F$ table 3.09. The coefficient of determination (R^2) is 0.520 (25.5%), indicating that 25.5% of the variation in the independent variables, namely Service Quality and Promotion, in this model can explain Visitor Satisfaction at the TNI Struggle Museum, while the remaining 74.5% is influenced by other variables

Keywords: *Service Quality, Promotion, Visitor Satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa dampak semakin ketatnya persaingan dalam dunia usaha. Setiap orang disibukkan dengan pekerjaan dan kegiatannya masing-masing. Rutinitas yang dialami orang dalam kesehariannya menimbulkan ketegangan, kebosanan, kejenuhan, dan mungkin bisa berakibat stres. Untuk meminimalisir perasaan tersebut berkembang negatif, dibutuhkan sarana untuk memulihkan kejernihan pikiran, mendapatkan inspirasi, dan kesegaran baru. Salah satu bentuk kegiatan yang efektif adalah dengan melakukan kegiatan berwisata. Wisata merupakan kegiatan yang identik dengan aktifitas berlibur. Oleh karena itu suatu objek wisata harus memiliki keunggulan-keunggulan yang mampu menciptakan kepuasan bagi pengunjungnya setelah mengunjungi objek wisata tersebut.

Keunggulan suatu objek wisata sangat dipengaruhi oleh kualitas objek wisata yang bersangkutan, salah satunya kualitas pelayanan. “Sunyoto (2018:20)

menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus Tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pengunjung”. Melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung diharapkan pengunjung akan merasa puas setelah melakukan kunjungan. Kepuasan pengunjung tersebut diharapkan mampu menjadi motivasi untuk melakukan kunjungan selanjutnya maupun mengajak orang-orang dekatnya agar mengunjungi objek wisata yang telah dikunjungi sebelumnya. Selain kualitas pelayanan terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung yaitu promosi. Promosi merupakan proses mengkomunikasikan informasi yang bermanfaat tentang suatu tempat atau produk untuk mempengaruhi pengunjung (Sudaryanto, dkk 2019:87). Secara tidak langsung kepuasan pengunjung mampu melahirkan aktifitas promosi yang dilakukan melalui pengunjung yang telah mengunjungi suatu objek wisata. Dengan adanya promosi yang efektif, pengunjung mendapatkan informasi yang jelas dan menarik sehingga mereka terdorong untuk melakukan kunjungan, yang kemudian

berpotensi meningkatkan kepuasan karena harapan mereka terpenuhi. Pengunjung yang telah mengunjungi objek wisata dan mengalami kepuasan akan memiliki kecenderungan memberikan rekomendasi kepada calon pengunjung lain untuk mengunjungi objek tersebut. Hal ini sangat menguntungkan pihak pengelola karena secara tidak langsung mendapatkan bantuan dari pengunjung dalam melakukan promosi.

Pada dasarnya, sektor jasa dewasa ini sangat mendominasi di berbagai negara. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya pelaku usaha yang membuka layanan pariwisata, sehingga peluang kerja di bidang ini pun semakin terbuka lebar. Pariwisata menjadi salah satu contoh usaha jasa yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat, terutama oleh para pengunjung yang memerlukan tempat untuk berekreasi atau melakukan perjalanan dengan berbagai keperluan. Keberadaan pariwisata di tengah masyarakat dirasakan semakin penting, baik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara, serta para pekerja yang melakukan perjalanan bisnis ke daerah lain. Pengunjung yang memanfaatkan jasa pelayanan pariwisata biasanya terdiri dari wisatawan/turis maupun pelaku bisnis yang membutuhkan akomodasi, transportasi, serta berbagai fasilitas penunjang lainnya selama berada di destinasi tujuan. Adapun salah satu pariwisata yang ada di kota Medan yaitu Museum Perjuangan TNI.

Museum Perjuangan TNI ini menawarkan berbagai informasi terkait koleksi-koleksi sejarah perjalanan terbentuknya angkatan bersenjata Indonesia serta tentang bagaimana perjuangan bangsa dan negara dalam melawan penjajah mulai dari Jepang sampai Inggris. Di Museum

Perjuangan Kota Medan ini, pengunjung juga bisa mendapatkan informasi sejarah perjuangan di wilayah Medan. Pertempuran yang terjadi di kota Medan ini disebut-sebut sebagai serangan militer pertama dan Kedua. Dimana dalam serangan militer pertama dan kedua ini Belanda kembali maju dan menghancurkan kemerdekaan Indonesia di kota Medan. Museum perjuangan TNI ini terletak di Jl. KH. Zainul Arifin No. 8, Petisah Tengah, Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara.

2. KAJIAN TEORI

Pengertian Kepuasan Pengunjung

Kepuasan merujuk pada perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dari suatu produk, jasa, atau pengalaman dengan harapan yang dimilikinya sebelumnya. Jika kinerja atau hasil tersebut memenuhi atau melebihi harapan, maka orang tersebut merasa puas atau sangat puas. Sebaliknya, jika kinerja di bawah harapan maka muncul ketidakpuasan.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan merupakan bagian dari strategi manajemen pemasaran. Kualitas pelayanan telah menjadi faktor utama dalam keberhasilan organisasi. Kondisi persaingan antar perusahaan, kemajuan teknologi, serta tahapan ekonomi dan sosial dan budaya masyarakat sangat mendorong pembangunan yang berkualitas.

Pengertian Promosi

Pengertian Promosi merupakan faktor penting dalam upaya pemasaran dan upaya untuk menarik minat pengunjung. Betapapun berkualitasnya suatu produk

atau jasa, bila pelanggan belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Museum Perjuangan TNI yang beralamat di Jl. KH. Zainul Arifin No.8, Petisah Tengah, Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 18 juni sampai 4 juli 2025.

Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:16) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/*statistic* dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Arikunto (2015:106) "Populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian". Populasi merupakan sumber data yang sangat penting, karena tanpa kehadiran populasi penelitian tidak akan berarti serta tidak mungkin terlaksana. Berdasarkan data jumlah

pengunjung yang berkunjung pada Museum Perjuangan TNI tahun 2024, maka populasi dalam penelitian ini adalah 10.118 pengunjung.

Sampel

"Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu (Sugiyono, 2019:136)". Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik non probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan yang dijadikan sebagai responden dari sampel masing-masing pengunjung di atas, menggunakan Teknik pengambilan sampel secara kebetulan (*accidental sampling*), yaitu pengambilan sampel secara langsung tanpa perencanaan. Pemilihan sampel dalam penelitian ini akan menggunakan rumus Slovin. Jumlah sampel yang diharapkan dapat mewakili populasi. Penentuan sampel menggunakan rumus slovin.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil penelitian diatas diperoleh hasil antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Perjuangan TNI yaitu nilai signifikan $(0,031) < \alpha$ alpha 5% (0,05) atau thitung $2,189 > t_{tabel} 1,985$ ($n-k=99-3=96$). Berdasarkan hasil yang di peroleh maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dinyatakan secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap

Kepuasan Pengunjung pada Museum Perjuangan TNI.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menjadi referensi peneliti yang dilakukan oleh Akbar, Muhamad Anggiat. Simbolon, Parlindungan (Politeknik Negeri Medan 2024), dengan judul Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Perkebunan Indonesia di Kota Medan. Menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil Uji t untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) Hasil yang menunjukkan bahwa nilai thitung lebih besar dari ttabel yaitu $2,115 > 1,984$ dan tingkat signifikannya yaitu $0,037 < 0,05$ yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan 70

signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Perkebunan Indonesia di Kota Medan.

Kualitas Pelayanan yang baik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Semakin tinggi Kualitas Pelayanan yang diberikan, semakin meningkat pula tingkat Kepuasan Pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang andal, tanggap, menjamin, Empati, dan berwujud, memenuhi harapan pengunjung dapat menciptakan pengalaman yang memuaskan sehingga mendorong pengunjung untuk kembali dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain.

Tjiptono (2019:61) menyatakan bahwa kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat tersebut untuk memenuhi harapan. Kualitas ini berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang ada. Oleh karena itu, pengelola perlu

trus meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan pengunjung dapat terjaga dan berkembang secara berkelanjutan.

4.7.2 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil penelitian diatas diperoleh hasil antara Promosi terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Perjuangan TNI, nilai signifikan untuk variabel Promosi $(0,000) < \alpha$ alpha 5% $(0,05)$ atau thitung $4,567 > ttabel 1,985$ ($n-k=99-3=96$). Berdasarkan hasil yang di peroleh maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dinyatakan secara parsial Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Museum Perjuangan TNI. 71

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menjadi referensi peneliti yang dilakukan oleh Riyadi, Andri (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sampit 2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kepuasan Pelanggan Brilink Alfarez menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil Uji t untuk variabel Promosi (X2) yaitu thitung $> ttabel (6,450 > 1,98525)$ dan tingkat signifikan $(0,000 < 0,05)$ maka H_0 ditolak H_a diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.

Salah satu yang memenuhi kepuasan pengunjung bukan hanya Kualitas Pelayanan saja tetapi Promosi juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pengunjung.

Kotler dan Armstrong (2019:62-63) “menyatakan bahwa promosi dalam konteks pariwisata adalah kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan manfaat produk wisata dan membujuk pengunjung atau wisatawan agar tertarik dan

melakukan kunjungan ke destinasi yang ditawarkan.”

Promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran, minat, dan ekspektasi Pengunjung terhadap suatu objek wisata atau produk, sehingga berdampak positif pada tingkat Kepuasan Pengunjung.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Perjuangan TNI, dari uji ANOVA (*Analysis of Varians*) pada tabel diatas didapat diketahui nilai signifikansi 0,000. Dimana disyaratkan nilai signifikansi F lebih kecil dari 5% atau 0,05 atau nilai Fhitung = 17,809 > Ftabel 3,09 (Df 1 = k - 1 = 3 - 1 = 2) sedangkan (Df 2 = n - k = (99 - 3 = 96)). Maka secara simultan Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Museum Perjuangan TNI.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh hasil penelitian sebelumnya yang menjadi referensi peneliti dalam melakukan penelitian yaitu yang dilakukan oleh Irawan, Titian Mustika. Derizka, inva (Universitas Pamulang), dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Bapade's coffe kemanggisan Jakarta Barat. Dari uji ANOVA (*Analysis of Varians*) diperoleh nilai Fhitung > Ftabel yaitu (87,057 > 3,090). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai Sig < 0,05 (0,000 < 0,05). Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

konsumen pada Café Bapade's Coffe Kemanggisan Jakarta Barat.

Dengan demikian, untuk meningkatkan Kepuasan Pengunjung secara optimal, pengelola harus fokus dan memperhatikan pada peningkatan Kualitas Pelayanan sekaligus mengelola Promosi secara efektif agar dapat menarik dan mempertahankan pengunjung dengan harapan yang terpenuhi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dan data-data hasil penelitian yang telah disajikan, maka kesimpulan akhir yang dapat ditarik dalam penelitian ini adalah:

1. Hasil Uji t nilai signifikansinya untuk variabel Kualitas Pelayanan (0,031) < α alpha 5% (0,05) atau thitung 2,189 > ttabel 1,985. Berdasarkan hasil yang di peroleh maka H0 ditolak dan Ha diterima. Dinyatakan secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

2. Hasil Uji t nilai signifikansinya untuk variabel Promosi (0,000) < α alpha 5% (0,05) atau thitung 4,567 > ttabel 1,985. Berdasarkan hasil yang di peroleh maka H0 ditolak dan Ha diterima. Dinyatakan secara parsial Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Museum Perjuangan TNI.

3. Pada hasil Uji F dalam penelitian ini, diketahui nilai signifikansi 0,000. Dimana disyaratkan nilai signifikansi F < 5% atau 0,05 atau nilai Fhitung = 17,809 > Ftabel 3,09 (Df 1 = k - 1 = 3 - 1 = 2) sedangkan (Df 2 = n - k = 99 - 3 = 96). Maka secara bersama-sama Kualitas

Pelayanan dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

Berdasarkan hasil koefisien determinansi (R^2) *Adjusted R Square*, nilai (R^2) sebesar 0,255 (25,5%), sehingga dapat dikatakan bahwa 25,5% variasi variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan dan Promosi pada model ini memiliki kontribusi pada variabel Kepuasan Pengunjung sedangkan sisanya sebesar 74,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

Saran

Sehubungan telah dilakukan penelitian tentang kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan Pengunjung maka sekiranya dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan dan sebagai bahan evaluasi pariwisata untuk menjadikan Museum Perjuangan TNI menjadi lebih baik. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka peneliti memberikan saran yaitu,

1. Pihak pengelola Museum Perjuangan TNI perlu meningkatkan pelayanan agar menjadi lebih baik lagi, penambahan jumlah staf terutama saat hari libur atau masa kunjungan tinggi untuk menghindari antrean panjang dan menunggu lama, sehingga pengunjung merasa dilayani dengan baik tanpa penundaan.

2. Pihak pengelola Museum Perjuangan TNI perlu meningkatkan promosi yang lebih baik lagi dan meningkatkan segala macam bentuk promosi untuk menciptakan reputasi yang baik terhadap Kepuasan Pengunjung pada Museum Perjuangan TNI. Menggunakan media sosial dan platform digital secara aktif dengan konten video edukatif, virtual tour, dan testimoni pengunjung untuk

menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan daya tarik museum.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2015. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Firmansyah, A. 2018. *Perilaku Konsumen, Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish
- Ghozali, I. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro
- . 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- . 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. 2016. *Principles of Marketing*. Jakarta: Erlangga
- . 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks.
- . 2019. *Marketing Management, 15e Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Laksana, M. F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Khalifah Mediatama.
- Lupiyoadi. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Priyatno. D. 2022. *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linear dengan SPSS & Analisis Regresi Data Panel*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan*

- Kuantitatif, kualitatif dan R&D.*
Bandung: Alfabeta.
- 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*
Bandung: Alfabeta.
- 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*
Bandung: Alfabeta.
- 2019. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*
Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2015. *Pemasaran Jasa.*
Jakarta: Gramedia Cawang.
- 2015. *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian.*
Yogyakarta: Andi.
- 2016. *Service, Quality dan statisfaction edisi 4.* Yogyakarta: CV Andi Offset.
- 2019. *Pemasaran Jasa.*
Yogyakarta: Andi Offset.
- Jurnal**
- Akbar, Muhammad Anggiat dan Simbolon, Parlindungan. 2024. Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Perkebunan Indonesia di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma).* Vol.4. No. 3. DOI: <https://doi.org./jebma.v4n3.4786>
- Mustika, Irawan Titian dan Jaswita, Derizka Inva. 2024. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Bapade's Coffee Kemanggisan Jakarta Barat. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen.* Vol. 4. No. 1. DOI: <https://doi.org/10.32493/jism.v4i1.36517>.
- Munarsih dan Pratama, Adi Bintang. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt.Indomarco Prismaatama Cabang Kemiri Raya Kota Tangerang Selatan. *Indonesian Journal of Ekonomy, Business, Entrepreneurship and Finance.* Vol. 2 No. 49 – 64. DOI: <https://doi.org./10.53067/ijebeef.v2i1.47>.
- Oktarini R. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek di Kota Tangerang. *Jurnal Sekretariat.* Vol. 6 No.2.