

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

<http://eprints.ust.ac.id>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

Talambanua, Nisdar Lestari

2025

Pengaruh Inovasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel Medan

<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/778>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

**PENGARUH INOVASI DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN TELKOMSEL MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

NISDAR LESTARI BR. TALAUM BANUA
NPM: 210110131

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
MEDAN
2025**

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH INOVASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TELKOMSEL MEDAN

NISDA LESTARI BR. TALAUM BANUA

NPM: 210110131



Disahkan Oleh
Ketua Program Studi



Dr. Miska Trani Be Tarigan, MM
NIDN : 0108108002

Disetujui Dosen
Pembimbing

Drs. Sarimonang Sihombing, MBA
NIDN: 01100085801

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH INOVASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TELKOMSEL MEDAN

NISDAR LESTARI BR. TALAUM BANUA

NPM: 210110131

PROGRAM STUDI MANAJEMEN SI

Medan, 22 Juli 2025

Penguji I

Peran Simaniharuk, SE., M.Si
NIDN: 0109016601

Penguji II

Pako Fridolen Sianturi, S.Sos., M.Si
NIDN: 0120038501

Ketua Penguji

Drs. Sarimong Sihombing, MBA
NIDN: 01100085801

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Kornel Munthe
NIDN: 0130096702

Ketua Program Studi

Dr. Miska Irani Br Tarigan, MM
NIDN: 0108108002

ABSTRAK

NISDAR LESTARI BR. TALAUM BANUA 210110131, 2025. PENGARUH INOVASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TELKOMSEL MEDAN

Pembimbing : Drs. SARIMONANG SIHOMBING, MBA

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Inovasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel Medan. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Populasi seluruh pelanggan yang menggunakan kartu By.U Telkomsel Medan, dengan sampel sebanyak 96 orang yang diambil dengan menggunakan teknik wibisono. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini merumuskan bahwa persamaan regresi linear berganda adalah $Y = 2,184 + 0,316 X_1 + 0,207 X_2 + e$, artinya dalam uji t menunjukkan bahwa Inovasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan Nilai $t_{hitung} (3,828) > t_{tabel} (1,661)$ dan tingkat signifikan sebesar $(0,000) < \alpha (0,05)$. Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan dengan Nilai $t_{hitung} (4,574) > t_{tabel} (1,661)$ dan tingkat signifikan sebesar $(0,000) < \alpha (0,05)$. Uji F menunjukkan Inovasi dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai F_{hitung} yaitu sebesar $(132,534) > F_{tabel}$ sebesar $(3,09)$. Nilai Koefisien determinasi sebesar 0,744. Artinya variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Inovasi dan Promosi sebesar 74,4% sedangkan 25,6% lagi dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini seperti Kualitas Produk, Harga dan lain-lain.

Dilihat dari koefisien standarisasi bahwa Inovasi lebih penting dalam meningkatkan Kepuasan pelanggan dibandingkan dengan Promosi.

Kata Kunci: *Inovasi, Promosi, Kepuasan Pelanggan.*

ABSTRACT

NISDAR LESTARI BR. TALAUM BANUA 210110131, 2025. THE EFFECT OF INNOVATION AND PROMOTION ON CUSTOMER SATISFACTION OF TELKOMSEL MEDAN

Supervisor : Drs. SARIMONANG SIHOMBING, MBA

This study aims to test and analyze the Effect of Innovation and Promotion on Customer Satisfaction of Telkomsel Medan. Data collection was carried out through questionnaires, interviews and documentation. The population of all customers who use the By.U Telkomsel Medan card, with a sample of 96 people taken using the wibisono technique. The analysis techniques used in this study are validity testing, reliability testing, and classical assumption testing, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. Data analysis in this study used SPSS version 25.

The results of this study formulated that the multiple regression linear equation is $Y = 2.184 + 0.316 X_1 + 0.207 X_2 + e$, meaning that the t-test shows that Innovation has a positive and significant effect on customer satisfaction with a t-value of $(3,828) > t_{table} (1.661)$ and a significant level of $(0.000) < \alpha (0.05)$. Promotion has a positive and significant effect with a t_{value} of $(4.574) > t_{table} (1.661)$ and a significant level of $(0.000) < \alpha (0.05)$. The F test shows that Innovation and Promotion simultaneously have a significant effect on Customer Satisfaction with an Fvalue of $(132.534) > F_{table} (3.09)$. The determination coefficient value is 0.744. This means that the Customer Satisfaction variable can be explained by the Innovation and Promotion variables by 74.4% while the remaining 25.6% can be explained by other factors not explained in this study such as Product Quality, Price and others.

Judging from the standardization coefficient, Innovation is more important in increasing Customer Satisfaction compared to Promotion.

Keywords: Innovation, Promotion, Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang senantiasa menuntun sepanjang waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “**PENGARUH INOVASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TELKOMSEL MEDAN**”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung berupa moral maupun material. Penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Maidin Gultom, SH., M.Hum**, selaku Rektor Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
2. Bapak **Dr. Kornel Munthe, SE., M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
3. Ibu **Dr. Miska Irani Tarigan, S.Sos., MM**, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
4. Ibu **Esli Silalahi, SE., M.Si** selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.

5. Bapak **Drs. Sarimonang Sihombing, MBA** selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah meluangkan waktu, dukungan dan bimbingan selama penulisan skripsi ini.
6. Bapak **Peran Simanihuruk, SE., M.Si**, selaku dosen penguji pertama yang telah memberikan saran, masukan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak **Riko Fridolend Sianturi, S.Sos., M.Si**, selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan saran, masukan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Ibu **Dra. Elisabet Simangunsong, M.Si**, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan dukungan dari awal hingga akhir perkuliahan.
9. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan yang telah memberikan pengetahuan dan pendidikan kepada penulis.
10. Teristimewa kepada orang tua penulis, Bapak Sinema Telaumbanua dan Ibu Salose Tumangger yang selalu memberikan dukungan baik berupa materi, moral, semangat, doa dan kasih sayang yang sangat tulus terhadap penulis mulai dari kecil hingga penyelesaian skripsi ini.
11. Teristimewa kepada saudara kandung penulis, Nurman Telaumbanua, Desinta Telaumbanua, Julvandi Telaumbanua, Putri Telaumbanua dan Yosua Telaumbanua yang selalu memberikan semangat, kasih sayang, dukungan dan doa kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

12. Terima kasih juga kepada seluruh keluarga besar Telaumbanua dan keluarga besar Tumangger, terutama Tante, Panguda, Nampuhun, Puhun, Kaka, Keponakan dan Sepupu penulis yang selalu memberikan semangat dan dukungan baik berupa moral maupun materi kepada penulis.

13. Terima kasih juga kepada semua sahabat penulis, Yevana Sidebang, Viega Sinambela, Elvina Simbolon dan Dinda Samosir yang sudah selalu menemani penulis dalam proses perkuliahan sampai pada proses penyusunan skripsi, terima kasih juga sudah selalu memberikan doa, semangat dan motivasi hingga skripsi ini selesai.

14. Terima kasih kepada semua sahabat kost penulis, Anjeripa Sembiring dan Dewi Br. Karo yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam penyusunan skripsi ini selesai.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Untuk itu penulis dengan senang hati menerima segala kritik dan saran dari seluruh pihak guna penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca, terutama bagi penulis. Tuhan Yesus Memberkati.

Medan, 22 Juli 2025

Penulis

NISDAR LESTARI BR. TALAUM BANUA
NPM:210110131

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	9
1.3. Rumusan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Pemasaran	13
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	13
2.1.2. Tujuan dan Fungsi Pemasaran	14
2.1.2.1 Tujuan Pemasaran.....	14
2.1.2.2 Fungsi Pemasaran	16
2.1.3 Konsep Pemasaran	17
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	18
2.1.4.1 Pengertian Bauran Pemasaran	18
2.2. Inovasi Produk.....	20
2.2.1. Pengertian Inovasi Produk.....	20
2.2.2. Tipe Inovasi Produk	21
2.2.3 Indikator Inovasi	22
2.3. Promosi.....	24

2.3.1. Pengertian Promosi	24
2.3.2. Tujuan dan Fungsi Promosi	25
2.3.3 Sarana Promosi	27
2.3.4 Indikator Promosi.....	29
2.4. Kepuasan Pelanggan	31
2.4.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	31
2.4.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	32
2.4.3. Indikator Kepuasan Pelanggan	33
2.5. Kerangka Berpikir.....	35
2.5.1 Pengaruh Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan	36
2.5.2 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	37
2.5.3 Pengaruh Inovasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	39
2.6 Hipotesis	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	41
3.2 Populasi Dan Sampel.....	41
3.2.1. Populasi	41
3.2.2. Sampel.....	41
3.3. Operasionalisasi Variabel	43
3.4. Skala Pengukuran Variabel.....	45
3.5. Teknik Pengumpulan Data	45
3.6. Teknik Analisis Data	46
3.6.1. Uji Validitas.....	47
3.6.2. Uji Reliabilitas	47
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.6.3.1 Uji Normalitas	48
3.6.3.2 Uji Multimolinieritas	48
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	49

3.7. Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.8. Uji Hipotesis.....	50
3.8.1. Uji t (Regresi Parsial).....	51
3.8.2. Uji F (Regresi Simultan)	52
3.9. Koefisien Determinasi (R^2).....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	54
4.1.1 Sejarah Perusahaan	54
4.1.2 Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Telkomsel Medan.....	57
4.1.3 Struktur Organisasi	58
4.1.4 Hasil Produksi Perusahaan	59
4.2 Karakteristik Responden.....	60
4.2.1. Hasil Uji Validitas Dan Parsial Secara Parsial	60
4.2.2. Hasil Uji Validitas Dan Parsial Secara Simultan.....	64
4.3 Hasil Penelitian	66
4.3.1 Karakteristik Responden	66
4.3.2 Tanggapan Responden	67
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	78
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	78
4.4.2 Uji Multikolineritas.....	80
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	81
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	82
4.6 Uji Hipotesis.....	84
4.6.1 Uji T (Uji Parsial)	84
4.6.2 Uji F (Uji Simultan)	85
4.7 Pengujian Determinasi (R^2)	86
4.8 Pembahasan.....	87
4.8.1 Pengaruh Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel Medan	87

4.8.2 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel Medan	88
4.8.3 Pengaruh Inovasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel Medan	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel	Nama Tabel	Halaman
1.1.	Data Pengguna Kartu By.U Tahun 2024	3
1.2.	Data Ketidakpuasan Pengguna Pada Inovasi By.U Tahun 2024	6
1.3	Keluhan Pelanggan Terhadap Promosi PT. Telekomunikasi Telkomsel Medan Pada Periode Januari – Desember 2024	8
3.1	Operasional Variabel	44
3.2	Instrumen Skala Likert	45
4.1.	Case Processing Sumary Inovasi	61
4.2.	Reliability Statistics Inovasi	61
4.3.	Item – Total Statistics Inovasi	61
4.4.	Case Processing Sumary Promosi	62
4.5.	Reliability Statistics Promosi	62
4.6	Item - Total Statistics Promosi	62
4.7	Case Processing Summary Kepuasan Pelanggan	63
4.8	Reliability Statistics Kepuasan Pelanggan	63
4.9	Item - Total Statistics Kepuasan Pelanggan	64
4.10	Case Processing Summary Secara Simultan	64
4.11	Reliability Statistics Secara Simultan	64
4.12	Item - Total Statistics Secara Simultan	65
4.13	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.14	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
4.15	Jumlah Dan Persentase Jawaban Responden Tentang Inovasi	67
4.16	Jumlah Dan Persentase Jawaban Responden Tentang Promosi	70
4.17	Jumlah Dan Persentase Jawaban Responden Tentang Kepuasan Pelanggan	76
4.18	Hasil Uji Normalitas	80
4.19	Hasil Uji Multikolinearitas	81
4.20	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	83
4.21.	Hasil Uji t	84
4.22.	Hasil Uji F	85
4.23.	Hasil Koefisien Determinasi	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Nama Gambar	Halaman
2.1.	Kerangka Berpikir	40
4.1.	Logo PT. Telekomunikasi Telkomsel Medan	56
4.2.	Logo Kartu By.U	57
4.3.	Struktur Organisasi PT. Telekom Reg. Sumatera	59
4.4.	Hasil Uji Normalitas Scatter Plot	79
4.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Nama Lampiran
1	Lembar Kuesioner
2	Lembar Jawaban Responden
3	Hasil Olah Data SPSS
4.	Surat Pengajuan Judul Skripsi
5.	Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis tentang Pengangkatan Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji Skripsi
6.	Surat Permohonan Riset
7.	Surat Balasan Riset
8.	Surat Undangan Seminar Proposal Skripsi
9.	Berita Acara Seminar Proposal Skripsi
10.	Daftar Hadir Seminar Proposal Skripsi
11.	Lembar Revisi Seminar Proposal Skripsi
12.	Lembar ACC Ganda
13.	Surat Keterangan Bebas Perpustakaan
14.	Surat Undangan Meja Hijau
15.	Kartu Bimbingan Skripsi

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah, Tantri. (2021). *Penghantar ilmu manajemen pemasaran*. Padang: CV Gita Lentara.
- Arikunto, Suharsimi. (2018). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bambang, D.Prasetyo. (2020). *Strategy Branding teori dan perspetif komunikasi dalam bisnis*. Penerbit UB Press
- Basu, Swastha & Irawan, I. (2020). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Buchari, Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Cetakan ke-13, Alfabeta, Bandung.
- Danang, Sunyoto. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Konsep, Strategi dan Kasus). Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Ghozali, Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gregorius, Chandra. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Hermawan, Agus. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Irawan, H. (2021). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elex Media Komputindo.
- Jaiz, Ahmad. (2020). *Strategi pemasaran modern*. Jakarta: Prenada Media.
- Kotler, Philip. (2016). *Manajemen Pemasaran Indonesia. Edisi13. Jilid 1. Prenhalindo. Jakarta*
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (Edisi 18). Pearson Education.
- Kotler, Philip & Kartajaya, Hermawan. (2021). *Marketing 5.0: Teknologi untuk kemanusiaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Phillip & Keller Kevin Lane. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.

- Laksana, Pamus Suryajaya. (2019). *Manajemen pemasaran*. Bandung: CV Alfabeta
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Ritania, A., & Jerry, B.(2021). *Strategi Promosi Digital di Era Milenial*. Jakarta: Andi Offset.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2016). *Perilaku Konsumen*. Andi Offset.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L., L. (2018). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7.Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Sudaryono. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- (2023). *Statistik untuk Penelitian*. CV. Alfabeta. Bandung
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Tjiptono, Fandy. & Anastasia Diana (2020) *Pemasaran* : Penerbit Andi Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, (2019). *Konsep pemasaran*. Edisi ke dua. Yogyakarta: Andi.
- (2023). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Ed. terbaru). Yogyakarta: Andi.
- Wibisono, D. (2023). *Riset Bisnis: Panduan bagi Praktisi dan Akademis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Jurnal

- Auliya, F. N., & Sutarmin, S. (2025). Pengaruh Inovasi, Promosi, Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Starbucks. *Jurnal Visi Manajemen*, 11(1), 70-86.
- Azmi Fauzi, Dkk.(2019). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pembelian Tiket Pesawat Garuda pada PT. Hamsa Tour and Travel (Studi kasus Pada Pembelian Tiket Medan-Jakarta). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*
- Ernawati, S., & Kurniati, U. (2020). Pengaruh Kreatifitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Steak House Noodles. 4(1), 112–119.
- Fillayata, V. E., & Mukaram, M. (2020, September). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Road Café Steak & Pasta Bandung). In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 11, No. 1, pp. 969-976).
- Nasir, A. (2017). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* Vol. 5 No. 1, 20-25.
- Nirwana, I. (2022). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi terhadap Kepuasan Konsumen. 3471(8), 1–4.
- Rianto, M. R., Setyawati, N. W., Rohaeni, H., & Woelandari, D. S. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Telkomsel Pada Generasi Milenial Muslim di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2159-2166.
- Septarini, N. Rusdan., Sagir, J. “Vol 2 No.3 Sept Pengaruh Harga Paket, Kualitas Jaringan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel Di Desa Labuhan Bontong. Kec. Tarano Sumbawa.” *Jurnal Riset Pemasaran* (2023): pag.
- Sumarsih. (2019). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Briket (CV. Arang Surabaya Campalagian Polman). *Movere Journal*, Vol. 1, No. 2, Juli 2019, Hal. 218-231.
- Vesilia,A.,& Realize. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Stainlessindo Anugrah Karya Di Kota Batam.Jurnal Pundi