

Pengaruh Sistem Pembayaran Non Tunai dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Wardah di Aster Kosmetik Malang

Giga Pawestri Raharsiwi¹, Asminah Rachmi², Fullchis Nurtjahjani³

Prodi Manajemen Pemasaran, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang, Malang, Indonesia^{1,2,3}

*Email Korespodensi: gigapawestriraharsiwi@gmail.com

Diterima: 12-11-2024 | Disetujui: 13-11-2024 | Diterbitkan: 14-11-2024

ABSTRACT

The rapidly growing business requires businessmen to be able to compete with competitors to maintain their business. Noticed to customer's satisfaction can be a factor in maintaining business. Using cashless payment systems and providing price discounts can be measure of consumer's satisfaction. The aim of this research is to analyze the cashless payment system and price discounts on consumer's satisfaction on Wardah products at Aster Cosmetics Malang. This research uses quantitative. Data from the research was collected through a questionnaire and used a purposive sampling technique with 100 people as respondents. The data was analyzed using multiple linear regression formulae with t-test and F-test. The results of this research were that the cashless payment system had not influence on customer's satisfaction and the price discounts had a positive influence on customer's satisfaction. Cashless payment systems and price discounts simultaneously had an influence on customer's satisfaction. With these results, Aster Cosmetics Malang can simplify the cashless payment systems process and extend the price discounts periode, especially for Wardah products to increase consumer's satisfaction.

Keywords: K Cashless Payment Systems; Price Discounts; Consumer's Satisfaction; Wardah; Aster Cosmetics Malang.

ABSTRAK

Perkembangan bisnis yang semakin pesat mengharuskan pelaku bisnis dapat bersaing dengan kompetitor untuk mempertahankan bisnisnya. Memperhatikan kepuasan konsumen dapat menjadi faktor dalam mempertahankan bisnis. Penggunaan sistem pembayaran non tunai dan penerapan potongan harga dapat menjadi alat ukur kepuasan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis sistem pembayaran non tunai dan potongan harga terhadap kepuasan konsumen produk Wardah di Aster Kosmetik Malang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian menggunakan metode pengumpulan data kuesioner dan menggunakan teknik *purposive sampling* terhadap 100 orang sebagai responden. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan uji t dan uji F. Berdasarkan hasil penelitian, sistem pembayaran non tunai tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan potongan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Sistem pembayaran non tunai dan potongan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan hasil tersebut, Aster Kosmetik Malang dapat lebih mempermudah proses sistem pembayaran non tunai dan memperpanjang jangka waktu potongan harga khususnya produk Wardah untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Katakunci: Sistem Pembayaran Non Tunai; Potongan Harga; Kepuasan Konsumen; Wardah; Aster Kosmetik Malang.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Pawestri Raharsiwi, G., Rachmi, A. ., & Nurtjahjani, F. . (2024). Pengaruh Sistem Pembayaran Non Tunai dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Wardah di Aster Kosmetik Malang. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1b), 1429-1439. <https://doi.org/10.62710/7pwhea38>

PENDAHULUAN

Saat ini, perkembangan dunia bisnis semakin pesat. Perkembangan terjadi pada semua perusahaan, dari perusahaan besar sampai yang kecil. Bisnis ritel kosmetik menjadi salah satu dari sekian banyak usaha yang mengalami perkembangan juga. Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, ketika pandemi Covid-19, banyak *brand* kecantikan lokal yang bermunculan bersamaan dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk kecantikan.

Perkembangan ini menghasilkan perubahan bersaing para kompetitor dalam mempertahankan bisnisnya. Terdapat beragam cara yang bisa dilakukan dalam mempertahankan bisnis, salah satunya adalah membuat konsumen merasa puas setelah melakukan pembelian dan menggunakan produknya. Menurut pendapat Kotler dan Keller (2018:138), Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Konsumen dapat merasa puas ketika perusahaan menerapkan sebuah *action* yang membuat konsumen merasakan kesenangan setelah membeli produk, salah satunya adalah dengan cara memberikan fasilitas pembayaran non tunai, dan juga memberikan potongan harga.

Pembayaran non tunai adalah sistem pembayaran yang dilakukan menggunakan kartu (APMK), cek, bilyet giro, nota debit, maupun uang elektronik sebagai pemindahan dana. Sistem pembayaran non tunai dapat dinilai sebagai keefisienan ketika melakukan transaksi penjualan. Dengan proses yang praktis, dan juga tidak memakan banyak waktu, menjadikan pembayaran non tunai diminati oleh banyak konsumen. Kepraktisan dalam melakukan pembayaran ketika membeli produk bisa membuat konsumen merasa puas setelahnya.

Menurut Kotler & Keller, (2016:84), potongan harga (*price discount*) adalah penghematan yang ditawarkan kepada konsumen dari harga normal suatu produk yang tertera di label atau kemasan suatu produk. Potongan harga biasanya terjadi pada periode tertentu saja. Potongan harga merupakan upaya perusahaan untuk menarik konsumen. Dengan adanya potongan harga, konsumen akan tertarik melakukan pembelian. Potongan harga bisa menjadi penyebab konsumen merasa puas setelah melakukan pembelian.

Salah satu bisnis ritel yang berfokus pada produk-produk kosmetik adalah Aster Kosmetik Kota Malang. Aster Kosmetik adalah toko ritel yang menyediakan berbagai produk kecantikan seperti *make up*, *skincare*, *hair care*, *baby care*, *bath & body*, *accessories*, *fashion display*, *fragrance*, dan lain-lain. Aster Kosmetik berada di Jl. Agus Salim No. 44, Sukoharjo, Kec. Klojen, Kota Malang.

Aster Kosmetik merupakan salah satu bisnis ritel yang dapat mengikuti perkembangan zaman. Saat ini, Aster Kosmetik menyediakan fasilitas pembayaran non tunai guna mempermudah transaksi konsumen. Adapun beberapa pembayaran non tunai yang digunakan oleh Toko Aster Kosmetik, yaitu melalui kartu debit dari berbagai bank, yaitu BNI, BRI, Mandiri, dan juga BCA. Adapun pembayaran non tunai melalui *Quick Response Code* Indonesia (QRIS).

Aster kosmetik terkenal menjual produknya dengan harga murah daripada toko kosmetik lain di Malang. Selain harga yang murah, karena Aster sudah bekerjasama dengan berbagai *brand* kosmetik, *brand-brand* tersebut seringkali memberikan potongan harga pada produk-produk tertentu dan pada periode tertentu, salah satunya adalah *Brand Wardah*. Wardah seringkali memberikan potongan harga pada produknya yang dijual di Aster.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini dilakukan untuk melihat tingkat kepuasan konsumen berdasarkan adanya sistem pembayaran non tunai dan juga potongan harga. Oleh karena itu,

penelitian ini tentang “Pengaruh Sistem Pembayaran Non Tunai dan Potongan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Produk Wardah di Aster Kosmetik Malang”.

KAJIAN PUSTAKA

Bauran promosi adalah perpaduan khusus antara iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat yang digunakan perusahaan untuk meraih tujuan iklan dan pemasarannya. Bauran promosi adalah kombinasi dari berbagai strategi promosi yang dirancang untuk mencapai tujuan pemasaran dan mempengaruhi perilaku konsumen (Peter dan Oslon, 2013).

Potongan harga (*price discount*) adalah penghematan yang ditawarkan kepada konsumen dari harga normal suatu produk yang tertera di label atau kemasan suatu produk (Kotler & Keller, 2016). Indikator dari potongan harga yaitu nilai diskon, jangka waktu, dan jenis produk (Sutisna, 2012) dalam (Warnerin & Dwijayanti, 2020)

Fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler, 2019).

Sistem pembayaran adalah sesuatu yang penting karena membentuk spesialisasi yang terjadi dalam produksi dan membantu menciptakan efisien. Sistem pembayaran non tunai merupakan fasilitas yang diberikan oleh suatu perusahaan yang berfungsi untuk memudahkan konsumen (Humphrey 2001) dalam (Shabrina dkk, 2017). Indikator dari sistem pembayaran non tunai adalah *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived credibility*, *social influence*, dan *behavior intentions* (Gosal dan Linawati 2008) dalam (Riska, 2022)

Perilaku konsumen adalah tingkah laku tentang individu, kelompok, atau organisasi dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, mengamankan, menggunakan, dan membuang produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk kepuasan (Malau, 2017). Terkandung empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian suatu produk. Faktor-faktor tersebut yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis (Kotler dan Armstrong, 2018).

Kepuasan konsumen merupakan penilaian terhadap tingkat kemampuan produk atau pelayanan jasa dalam memenuhi kebutuhan atau konsumsi yang sesuai dengan keinginan konsumen (Tjiptono & Diana, 2019). Indikator dari kepuasan konsumen adalah Harapan, Kinerja, Perbandingan, Pengalaman, dan Konfirmasi (Priansa, 2021).

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang telah melakukan penelitian dengan variabel yang sama namun dengan objek dan batasan masalah yang berbeda. Yang pertama mendapatkan hasil fasilitas pembayaran non tunai berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kawasan Kuliner Dipati Ukur Kota Bandung (Selvia, 2022). Selanjutnya mendapatkan hasil potongan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Guardian Grand Batam Mall (Iswati, 2022).

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, kuantitatif menjadi metodologi penelitian dan adapun proses pengumpulan data dari konsumen dengan cara penyebaran kuesioner secara langsung dan juga *online* melalui sosial media. Konsumen Aster Kosmetik Malang yang membeli produk Wardah merupakan populasi dalam

penelitian ini. Karena penelitian diketahui jumlahnya, maka untuk menentukan berapa banyak jumlah sampel menggunakan rumus slovin dan dihasilkan banyaknya sampel sejumlah 100 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria menggunakan pembayaran non tunai dan pembelian terjadi ketika mengetahui ada diskon.

Definisi operasional variabel pada penelitian ini meliputi tiga variabel yang terdiri dari sistem pembayaran non tunai (X1), potongan harga (X2), dan kepuasan konsumen (Y). Pada variabel pertama yaitu sistem pembayaran non tunai memiliki lima indikator, yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi kredibilitas, pengaruh sosial, dan intensitas penggunaan (Gosal dan Linawati, 2008) dalam (Riska 2022). Pada variabel kedua yaitu potongan harga terdapat 3 indikator didalamnya, yaitu nilai diskon, jangka waktu, dan jenis produk (Sutisna, 2002) dalam (Warnerin & Dwijayanti, 2020). Dan yang terakhir pada variabel kepuasan konsumen memiliki 5 indikator, yaitu harapan, kinerja, perbandingan, pengalaman, dan konfirmasi (Priansa, 2021).

Pada penelitian ini, analisis data dilakukan menggunakan *software* SPSS. Uji kuesioner dilakukan dengan uji validitas untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2021), dan juga uji reliabilitas untuk mengetahui sejauh mana proses pengukuran bebas dari kesalahan (Hardani, 2020). Adapun analisis deskriptif yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan data yang telah terkumpul untuk membuat kesimpulan (Sugiyono, 2013).

Adapun tiga uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini, yaitu uji normalitas yang bertujuan apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji heteroskedastisitas yang digunakan untuk menguji apakah dalam metode regresi terdapat perbedaan varians dari residual antara satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji multikolinieritas yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen) (Ghozali, 2021).

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk melihat pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Regresi berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan satu variabel tak bebas (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas (X1, X2, ...Xn) (Sudana dan Setianto, 2018).

Koefisien determinasi dihitung untuk menilai sejauh mana model dapat menjelaskan dampak variabel independen, baik secara kolektif maupun independen, terhadap variabel dependen. Statistik R2 dapat digunakan untuk mengukur kapasitas ini (Ghozali, 2021).

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2021).

Uji statistik F pada kenyataannya menunjukkan apakah semua variabel independen yang termasuk dalam model memiliki pengaruh bersama pada variabel dependen (Ghozali, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah terkumpul, terdapat berbagai data yang dibutuhkan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	
	Frekuensi	Presentase

Laki-laki	1	1%
Perempuan	99	99%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data diolah (2024)

Dari olahan data yang ditunjukkan pada tabel 1, hasil pengumpulan data kriteria responden berdasarkan jenis kelamin mayoritas adalah perempuan dengan jumlah 99 responden, dan sisanya adalah 1 responden berjenis kelamin laki-laki.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Umur	Jumlah	
	Frekuensi	Presentase
<18	0	0%
18-22	57	57%
23-27	34	34%
28-32	9	9%
>32	0	0%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data diolah (2024)

Dari olahan data yang ditunjukkan dengan tabel 2, hasil pengumpulan data kriteria responden berdasarkan usia yang mayoritas berumur 18-22 tahun berjumlah 57 responden. Adapun 34 responden berusia 23-27, dan 9 responden berusia 28-32.

Tabel 3. Kriteria Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Frekuensi Pembelian	Jumlah	
	Frekuensi	Presentase
2 kali	47	47%
3-4 kali	49	49%
>4 kali	4	4%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data diolah (2024)

Dari olahan data yang ditunjukkan dengan tabel 3, hasil pengumpulan data kriteria responden berdasarkan frekuensi pembelian sebanyak 3-4 kali mendapatkan hasil tertinggi yaitu 49 responden. Selanjutnya terdapat 47 responden yang melakukan pembelian ulang sebanyak >4 kali, dan sisanya sejumlah 4 responden melakukan pembelian sebanyak 2 kali.

Untuk menentukan valid tidaknya suatu data pada penelitian, yaitu dengan cara melihat r tabel yang ada. Nilai r hitung pada masing-masing item didapat dari hasil olah data menggunakan SPSS. Agar dinyatakan valid, nilai r hitung setiap item kuesioner harus lebih besar dari pada nilai r tabel yang sudah

ditentukan dan dengan nilai signifikansi sebesar 0,05.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Item Variabel	r hitung	R tabel	Sig.	Tingkat Sig.
X1.1	0,662	0,1966	0,001	0,05
X1.2	0,555	0,1966	0,001	0,05
X1.3	0,584	0,1966	0,001	0,05
X1.4	0,560	0,1966	0,001	0,05
X1.5	0,552	0,1966	0,001	0,05
X1.6	0,604	0,1966	0,001	0,05
X1.7	0,587	0,1966	0,001	0,05
X1.8	0,404	0,1966	0,001	0,05
X1.9	0,506	0,1966	0,001	0,05
X1.10	0,620	0,1966	0,001	0,05
X2.1	0,689	0,1966	0,001	0,05
X2.2	0,686	0,1966	0,001	0,05
X2.3	0,646	0,1966	0,001	0,05
X2.4	0,633	0,1966	0,001	0,05
X2.5	0,675	0,1966	0,001	0,05
X2.6	0,638	0,1966	0,001	0,05
Y.1	0,484	0,1966	0,001	0,05
Y.2	0,556	0,1966	0,001	0,05
Y.3	0,536	0,1966	0,001	0,05
Y.4	0,619	0,1966	0,001	0,05
Y.5	0,552	0,1966	0,001	0,05
Y.6	0,612	0,1966	0,001	0,05
Y.7	0,404	0,1966	0,001	0,05
Y.8	0,637	0,1966	0,001	0,05
Y.9	0,609	0,1966	0,001	0,05
Y.10	0,651	0,1966	0,001	0,05
Y.11	0,582	0,1966	0,001	0,05

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4, semua item pernyataan yang digunakan sebagai alat ukur variabel sistem pembayaran non tunai (X1), potongan harga (X2), dan kepuasan konsumen (Y) adalah valid. Hal ini dapat dibuktikan bahwa seluruh item pertanyaan pada masing-masing variabel memiliki r hitung lebih besar dari r tabel (0,1966) dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Sehingga seluruh item dapat dikatakan valid yang berarti pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas dimana item yang masuk kedalam pengujian adalah item yang valid saja. Menggunakan metode *cronbach alpha* dengan batasan 0,7 dapat

ditentukan apakah instrumen reliabel atau tidak. Hasil Uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

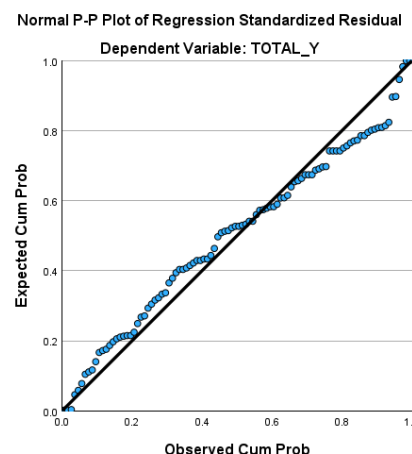
Variabel	Cronbach's Alpha	Standar
Sistem Pembayaran Non Tunai (X1)	0,741	0,7
Potongan Harga	0,742	0,7
Kepuasan Konsumen	0,780	0,7

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 5, nilai *cronbach's alpha* dari semua variabel bernilai lebih dari 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel pada penelitian ini adalah reliabel.

Pada penelitian ini yang melibatkan 100 responden, dihasilkan deskriptif variabel sistem pembayaran non tunai (X1) yang menghasilkan nilai rata-rata sebesar 4,32, sehingga dapat dikatakan apabila variabel X1 memiliki nilai rata-rata dengan kategori sangat baik. Pada variabel potongan harga (X2), nilai rata-rata dihasilkan sebesar 4,41 yang juga termasuk kategori sangat baik. Dan terakhir adalah variabel kepuasan konsumen (Y) yang memiliki rata-rata sebesar 4,45 yang juga termasuk dalam kategori sangat baik.

Pada hasil olah data dari SPSS, dapat diketahui untuk menguji normalitas pada data yang sudah dihimpun, yaitu dengan cara melihat pada grafik normal P-P plot.



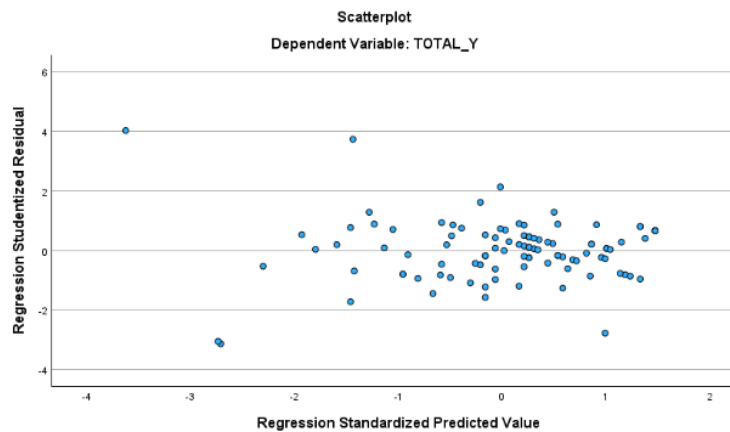
Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Data diolah (2024)

Dari gambar 1 hasil olah data diatas menunjukkan bahwa penyebaran titik berada tidak menjauh dari garis diagonal yang ada, sehingga dapat dinyatakan data yang tersebar normal dan asumsi dapat terpenuhi.

Pada hasil olah data menggunakan SPSS juga terdapat grafik yang bernama scatterplot. Grafik ini

digunakan untuk melihat apakah data yang sudah terkumpul dan diolah terjadi heteroskedastisitas atau tidak.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah (2024)

Pada gambar 2 terdapat beberapa titik yang menyebar dalam sebuah grafik. Jika dilihat lagi, titik tersebut tidak ada yang tergabung dengan titik lainnya atau bisa dikatakan kalau titik-titik tersebut menyebar, sehingga dengan analisis tersebut dapat dinyatakan hasil pengumpulan data penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10, artinya tidak terjadi gejala multikolinieritas pada penelitian ini.

Dari hasil olah data yang telah dilakukan dapat dilihat persamaan untuk analisis regresi berganda yaitu $Y = 18,839 + 0,136X_1 + 0,917X_2 + e$. Hasil analisis bermakna jika diasumsikan bahwa kedua variabel bebas sama dengan nol, maka variabel tetapnya akan memiliki nilai sebesar konstantanya yaitu 18,839. Variabel Y akan mengalami peningkatan sebesar 0,136 jika variabel X_1 diperhitungkan tumbuh sebesar satu satuan dan variabel X_2 tetap konstan pada angka nol. Ketika variabel X_1 ditetapkan nol dan variabel X_2 diperkirakan mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel Y naik sebesar 0,917. Hasil persamaan regresi linier berganda mengindikasikan variabel X_2 yaitu potongan harga berpengaruh lebih kuat kepada kepuasan konsumen dibandingkan variabel bebas lainnya yaitu sistem pembayaran non tunai.

Temuan mengenai koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R Square yang disesuaikan adalah 0,486, yang mewakili proporsi variasi total dalam variabel dependen yang dicatat oleh variabel independen. Akibatnya, hal ini menunjukkan bahwa 48,6% variansi dalam kepuasan konsumen produk Wardah di Aster Kosmetik Malang disebabkan oleh sistem pembayaran non tunai dan potongan harga, dengan sisanya 51,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa variabel sistem pembayaran non tunai (X_1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. t hitung sebesar 1,693 lebih kecil dari t tabel sebesar 1,984, dan signifikan $0,094 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Pada variabel potongan harga (X_2), t hitung sebesar 7,466 lebih besar dari t tabel 1,984 dan signifikan $< 0,05$. Maka H_2 diterima dan H_0 ditolak. Artinya, potongan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk Wardah di Aster Kosmetik Malang.

Berdasarkan hasil uji F dapat disimpulkan bahwa sistem pembayaran non tunai (X1) dan potongan harga (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Wardah di Aster Kosmetik Malang.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah, sistem pembayaran non tunai tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan sistem pembayaran non tunai dan potongan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Wardah di Aster Kosmetik Malang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel 100 responden. Responden yang terlibat merupakan konsumen Aster Kosmetik yang membeli produk Wardah dan menggunakan sistem pembayaran non tunai. Saran yang diberikan pada penelitian ini diharapkan Aster Kosmetik Malang lebih mempermudah proses sistem pembayaran non tunai agar lebih banyak konsumen yang menggunakannya. Aster juga dapat memperpanjang event potongan harga khususnya produk Wardah sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali. 2021. *Metode Penelitian Ilmiah*. Yogyakarta: Andi Offset
- Hardani, et al. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu
- Iswati, Nur. 2022. *Pengaruh Potongan Harga, Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Guardian Grand Batam Mall*. Skripsi thesis.
- Kotler dan Keller. 2016. *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler dan Keller. 2018. *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. Terjemahan: Firmansyah, M. A. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara
- Kotler dan Armstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. 2019. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhalindo.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era. Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Peter dan Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi Sembilan Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat
- Priansa, D. J. 2021. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: ALFABETA.
- Riska. 2020. *Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Parepare*. Undergraduate Thesis.
- Selvia, Nadia. 2022. *The Effect of Cashless Payment Facilities in The Dipatiukur Culinary Area of Bandung City on Consumer Satisfaction, International Journal Administration, Business and Organization, Vol. 3 (2)*. E-ISSN 2721-5652.
- Shabrina dkk. 2017. *Pengaruh Transaksi Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) terhadap Variabel Makroekonomi, Prosiding Ilmu Ekonomi, Vol. 3, No.1*. ISSN: 2460-6553
- Sudana dan Setianto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis & Analisis Data dengan SPSS*. Jakarta: Erlangga.

- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono dan Diana. 2019. *Kepuasan Pelanggan - Konsep, Pengukuran, Dan Strategi*. Yogyakarta: ANDI OFFSET
- Warnerin dan Dwijayanti. 2020. *Pengaruh Diskon dan In-Store Display terhadap Impulse Buying Konsumen Matahari Department Store Gress Mall Gresik*, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol. 8 No. 2. ISSN 2337-6078.