

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
PT SARANG MAS SEJAHTERA**

SKRIPSI



**Oleh:
Chi Fuk
170910148**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
PT SARANG MAS SEJAHTERA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Chi Fuk
170910148**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Chi Fuk
NPM/NIP : 170910148
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT SARANG MAS SEJAHTERA

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.



Chi fuk
170910148

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
PT SARANG MAS SEJAHTERA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:
Chi Fuk
170910148**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 18 Januari 2022

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'M Khoiri', is written over a horizontal line.

**M Khoiri, S.Pd.,M.Pd
Pembimbing**



ABSTRAK

Kualitas produk dan promosi menjadi peran yang sangat penting dalam perdagangan bisnis terutama pada perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan produk otomotif. Perusahaan otomotif yang berada di kawasan perdagangan bebas seperti kota Batam sangat memperhatikan peran mutu yang dihasilkan dengan harapan apa yang pelanggan inginkan, serta promosi yang menarik sebagai acuan bentuk kepuasan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada PT Sarang Mas Sejahtera dengan teknik pengambilan sampling jenuh yaitu semua pelanggan yang aktif sehingga mendapatkan jumlah sampel 150 responden. Metode pengumpulan data yaitu dengan kuesioner yang di sebarakan langsung. Uji kualitas data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji pengaruh dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi (R^2), sedangkan uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan (uji t) dan (uji F) dengan menggunakan software program SPSS versi 26. Hasil Koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh adalah variabel kualitas produk dan promosi berpengaruh 77,1% terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil uji t dan uji f, maka dapat di simpulkan bahwa secara parsial kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, serta secara simultan kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk; Promosi; Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Product quality and promotion play a very important role in business trade, especially companies engaged in the trade of automotive products. Automotive companies located in free trade areas such as the city of Batam are very concerned about the role of quality produced in the hope of what customers want, as well as attractive promotions as a form of consumer satisfaction. The purpose of this research is to find out how the influence of brand image and service quality on customers satisfaction at PT Sarang Mas Sejahtera with saturated sampling techniques that are all existing customers active so as to get a sample number of 150 respondents. The method of collecting data is by a questionnaire that is distributed directly. Data quality test in this study using validity test and reliability test, classic assumption test and influence test in this study using multiple linear regression analysis and coefficient of determination (R²) analysis, while hypothesis test in this study using (t test) and (F test) using SPSS program software version 26. The result of coefficient of determination (R²) obtained is the variable product quality and promotion affects 77.1% of consumer satisfaction. from the results of t and f tests, it can be concluded that partially the product quality and promotion has a significant effect on consumer satisfaction, as well as simultaneously the product quality and promotion have a significant effect on consumer satisfaction.

Keywords: *Product Quality; Promotion: Cunsomer Satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa proposal skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si.,;
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T.,M.I.Kom;
3. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.,;
4. Bapak M Khoiri, S.Pd.,M.Pd selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis;
6. Orang tua dan Keluarga yang selalu berdoa dan memberikan dukungan penuh kepada penulis;
7. PT Cahaya Pulau Pura kota Batam dan karyawannya yang turut membantu dalam proses penyusunan skripsi ini;
8. Teman-teman se-angkatan peneliti yang selalu menyemangati hingga selesai skripsi ini;

Pada kenyataannya, walaupun telah berusaha dengan kesungguhan hati dan segenap kemampuan, namun masih banyak ditemukan kekurangan karena keterbatasan ilmu pengetahuan penulis, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai penyempurnaan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 18 Januari 2022



Chi Fuk



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR RUMUS	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Rumusan Masalah.....	6
1.5. Tujuan Penelitian.....	6
1.6. Manfaat Penelitian	7
1.6.1. Secara Teoritis	7
1.6.2. Secara Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Teori Dasar	8
2.1.1. Kepuasan Konsumen	8
2.1.1.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	8
2.1.1.2. Strategi Kepuasan Konsumen	9
2.1.1.3. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	11
2.1.1.4. Indikator Kepuasan Konsumen.....	12
2.1.2. Kualitas Produk.....	13
2.1.2.1. Pengertian Kualitas Produk.....	13
2.1.2.2. Faktor-faktor Kualitas Produk	13
2.1.2.3. Manfaat Kualitas Produk	14
2.1.2.4. Indikator Kualitas Produk	15
2.1.3. Promosi	16
2.1.3.1. Pengertian Promosi	16

2.1.3.2. Tujuan Promosi.....	17
2.1.3.3. Strategi Promosi.....	17
2.1.3.4. Indikator Promosi.....	18
2.2. Penelitian Terdahulu.....	19
2.3. Kerangka Pemikiran	21
2.3.1. Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen	21
2.3.2. Hubungan Promosi dengan Kepuasan Konsumen	21
2.3.3. Hubungan Kualitas Produk dan Promosi secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen.	21
2.4. Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1. Jenis Penelitian	24
3.2. Sifat Penelitian.....	24
3.3. Lokasi Penelitian dan Periode Penelitian.....	24
3.3.1. Lokasi Penelitian.....	24
3.3.2. Jadwal Penelitian	25
3.4. Populasi dan Sampel.....	25
3.4.1. Populasi	25
3.4.2. Teknik Penentuan Sampel	26
3.4.3. Sampel	26
3.5. Sumber Data	26
3.6. Metode Pengumpulan Data	27
3.6.1. Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6.2. Alat Pengumpulan Data	27
3.7. Operasional Variabel.....	28
3.7.1. Variabel Independen.....	28
3.7.2. Variabel Dependen	29
3.8. Metode Analisi Data	29
3.8.1. Analisi Deskriptif.....	29
3.8.2. Uji Kualitas Data	30
3.8.2.1. Uji validitas.....	30
3.8.2.2. Uji Reabilitas	30
3.8.3. Uji Asumsi Klasik	31
3.8.3.1. Uji Normalitas.....	31
3.8.3.2. Uji Multikolinearitas.....	31

3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	32
3.8.4. Uji Pengaruh	32
3.8.4.1. Uji Regresi Berganda.....	32
3.8.4.2. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	33
3.9. Uji Hipotesis	34
3.9.1. Uji T.....	34
3.9.2. Uji F.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1. Gambaran Umum Objek Studi.....	35
4.1.1 Sejarah Objek Studi	35
4.1.2 Logo Perseroan.....	35
4.1.3 Visi serta Misi Objek Penelitian	35
4.2. Deskripsi karakteristik responden	36
4.2.1 Profil Responden Menurut Jenis Kelamin	36
4.2.2 Profil Responden Menurut Usia.....	36
4.2.3 Profil Responden Menurut Pendidikan	37
4.2.3 Ciri Responden Menurut Pendapatan.....	38
4.3. Deskripsi Jawaban Responden.....	38
4.4. Analisis data	41
4.4.1 Hasil Analisis Deskriptif.....	41
4.4.1.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	42
4.4.1.2 Hasil Uji Validitas Promosi	43
4.4.1.3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	43
4.4.2 Hasil Uji Reabilitas	44
4.4.3.1 Hasil <i>Normality Test</i>	44
4.4.3.2 Hasil Multicollinearity Test	46
4.4.3.3 Hasil Heteroscedasticity Test.....	47
4.4.4 Hasil Uji Pengaruh	48
4.4.4.1 Hasil Pengujian <i>Multiple Linear Regression Analysis</i>	48
4.4.4.2 Hasil Uji Determinasi (R ²)	49
4.5. Uji Hipotesis	50
4.5.1 Uji T (Parsial).....	50
4.5.2 Uji F (Simultan)	51
4.6. Pembahasan.....	52
4.7. Implikasi Hasil Penelitian	54

SIMPULAN DAN SARAN	55
5.2. Simpulan.....	55
5.2. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	32
Lampiran I	Kuesioner Penelitian
Lampiran II	Daftar Riwayat Hidup
Lampiran III	Surat Izin Penelitian

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4. 1 Histogram Regression Residual.....	45
Gambar 4. 2 P-P Plot of Regression Standardized Residual	45

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	25
Tabel 3. 2 Daftar Konsumen PT. Sarang Mas Sejahtera.....	25
Tabel 3.3 Skala Likert	28
Tabel 3.4 Operasional X (Kualitas Produk dan Promosi).....	28
Tabel 3. 5 Operasional Variabel Y (Kepuasan Konsumen)	29
Tabel 4. 1 Responden Berdasar Jenis Kelamin	36
Tabel 4. 2 Profil responden Menurut Usia	36
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasar Pendidikan.....	37
Tabel 4. 4 Ciri Responden Berdasar Pendapatan	38
Tabel 4. 5 Deskripsi responden Kualitas Produk	38
Tabel 4. 6 Deskripsi Responden Promosi	39
Tabel 4. 7 Deskripsi Respon Kepuasan Konsumen	40
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptip Kualitas Produk.....	41
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptip Promosi.....	41
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptip variabel Kinerja Karyawan.....	42
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Variabel Kualitas Produk.....	42
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Variabel Promosi	43
Tabel 4. 13 Capaian Pengujian Kepuasan Konsumen.....	43
Tabel 4. 14 Capaian Reliability Test Variabel Gaya Kepemimpinan	44
Tabel 4.15 Capaian Uji Kolmogorov smirnov	46
Tabel 4. 16 Capaian Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heterokedastisitas	47
Tabel 4.18 Capaian Multiple Linear Regression Analysis Test.....	48
Tabel 4.19 Hasil R ² Test.....	49
Tabel 4.20 Hasil Uji T.....	50
Tabel 4.21 Hasil Uji F	51

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Koefisien Reliability	31
Rumus 3. 3 Regresi Linear Berganda.....	32
Rumus 3. 4 Koefisien Determinasi	33
Rumus 3.5 Uji T	34
Rumus 3.6 Uji F	34