

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, DAN CITRA
MEREK PRODUK MITU TISU BAYI TERHADAP
KEPUASAAN PELANGGAN UNTUK
MENINGKATKAN SALES PADA TOP 100 AVIARI
BATU AJI**

SKRIPSI



**Oleh:
Nur Sulistiani
180910174**

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

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, DAN CITRA
MEREK PRODUK MITU TISU BAYI TERHADAP
KEPUASAAN PELANGGAN UNTUK
MENINGKATKAN SALES PADA TOP 100 AVIARI
BATU AJI**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Nur Sulistiani
180910174**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Nur Sulistiani

NPM : 180910174

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Promosi Penjualan, Dan Citra Merek Produk Mitu Tisu Bayi Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Sales Pada Top 100 Aviari Batu Aji”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam 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

Batam, 29 Juli 2022



Nur Sulistiani
180910174

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, DAN CITRA
MEREK PRODUK MITU TISU BAYI TERHADAP
KEPUASAAN PELANGGAN UNTUK
MENINGKATKAN SALES PADA TOP 100 AVIARI
BATU AJI**

SKRIPSI

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

**Oleh
Nur Sulistiani
180910174**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 29 Juli 2022



**Sunargo, S.E., M.Sc.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah promosi penjualan dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan sales pada TOP 100 Aviari Batu Aji. Penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik kuantitatif. Populasi yang dimanfaatkan terdiri dari 100 pelanggan TOP 100 Aviari Batu Aji. 110 pelanggan dijadikan sampel penelitian menggunakan metode *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Kuesioner digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 25, teknik analisis data meliputi uji statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, promosi penjualan berpengaruh sebesar 0,370 atau 37,0% terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan citra merek (X2) berpengaruh sebesar 0,395 atau 39,5% terhadap kepuasan pelanggan (Y). Faktor promosi penjualan dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 75,2% menurut data koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil uji t promosi penjualan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dan citra merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan serta hasil uji f diperoleh bahwa promosi penjualan dan citra merek secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Promosi Penjualan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine whether sales promotion and brand image affect customer satisfaction to increase sales in the TOP 100 Aviari Batu Aji. The research was conducted using quantitative techniques. The population used consisted of 100 customers of the TOP 100 Aviari Batu Aji. 110 customers were used as research samples using non-probability sampling method using accidental sampling technique. Questionnaires were used as a data collection technique. By using SPSS 25 software, data analysis techniques include descriptive statistical tests, data quality tests, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis testing. Based on the results of multiple linear regression, sales promotion has an effect of 0.370 or 37.0% on customer satisfaction (Y) and brand image (X2) has an effect of 0.395 or 39.5% on customer satisfaction (Y). Sales promotion factors and brand image affect customer satisfaction by 75.2% according to the data of the coefficient of determination (R²). Based on the results of the t-test of sales promotions partially significant effect on customer satisfaction and brand image partially significant effect on customer satisfaction and the f test results obtained that sales promotion and brand image simultaneously have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *Brand Image, Customer Satisfaction, Sales Promotion.*

KATA PENGANTAR

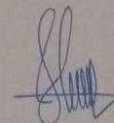
Segala puji hanya milik Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW. Berkat limpahan dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Sunargo, S.E., M.Sc. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak TOP 100 Aviari Batu Aji yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman – teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 29 Juli 2022



Nur Sulistiani



DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACT | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR RUMUS | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 8 |
| 1.3 Batasan Masalah | 8 |
| 1.4 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.5 Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.6 Manfaat Penelitian | 10 |
| 1.6.1 Manfaat Teoritis | 10 |
| 1.6.2 Manfaat Praktis | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Kajian Teori | 12 |
| 2.1.1 Promosi Penjualan | 12 |
| 2.1.1.1 Pengertian Promosi Penjualan | 12 |
| 2.1.1.2 Alat Promosi Penjualan | 13 |
| 2.1.1.3 Indikator Promosi Penjualan | 15 |
| 2.1.2 Citra Merek | 16 |
| 2.1.2.1 Pengertian Citra Merek | 16 |
| 2.1.2.2 Faktor Pembentukan Citra Merek | 17 |
| 2.1.2.3 Indikator Citra Merek | 18 |
| 2.1.3 Kepuasan Pelanggan | 19 |
| 2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan | 19 |
| 2.1.3.2 Faktor Kepuasan Pelanggan | 20 |
| 2.1.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan | 21 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 22 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 24 |
| 2.3.1 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan | 24 |
| 2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan | 24 |
| 2.3.3 Pengaruh Promosi Penjualan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan | 25 |
| 2.4 Hipotesis | 26 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |

| | | |
|---|---|----|
| 3.1 | Jenis Penelitian | 27 |
| 3.2 | Sifat Penelitian | 27 |
| 3.3 | Lokasi dan Periode Penelitian | 28 |
| 3.3.1 | Lokasi Penelitian | 28 |
| 3.3.2 | Periode Penelitian | 28 |
| 3.4 | Populasi dan Sampel | 29 |
| 3.4.1 | Populasi | 29 |
| 3.4.2 | Teknik Penentuan Besar Sampel | 29 |
| 3.4.3 | Teknik <i>Sampling</i> | 30 |
| 3.5 | Sumber Data | 31 |
| 3.6 | Metode Pengumpulan Data | 32 |
| 3.7 | Definisi Operasional Variabel Penelitian | 33 |
| 3.7.1 | Variabel Independen (X) | 33 |
| 3.7.2 | Variabel Dependen (X) | 33 |
| 3.8 | Metode Analisis Data | 34 |
| 3.8.1 | Uji Statistik Deskriptif | 35 |
| 3.8.2 | Uji Kualitas Data | 35 |
| 3.8.2.1 | Uji Validitas | 36 |
| 3.8.2.2 | Uji Reliabilitas | 37 |
| 3.8.3 | Uji Asumsi Klasik | 38 |
| 3.8.3.1 | Uji Normalitas | 38 |
| 3.8.3.2 | Uji Multikolinearitas | 39 |
| 3.8.3.3 | Uji Heteroskedastisitas | 40 |
| 3.8.4 | Uji Pengaruh | 41 |
| 3.8.4.1 | Analisis Regresi Linier Berganda | 41 |
| 3.8.4.2 | Analisis Koefisien Determinasi (R^2) | 42 |
| 3.9 | Uji Hipotesis | 43 |
| 3.9.1 | Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t | 43 |
| 3.9.2 | Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F | 45 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | |
| 4.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 47 |
| 4.2 | Deskripsi Karakteristik Responden | 48 |
| 4.2.1 | Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 48 |
| 4.2.2 | Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 49 |
| 4.2.3 | Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 49 |
| 4.2.4 | Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan | 50 |
| 4.3 | Deskriptif Jawaban Responden | 50 |
| 4.3.1 | Analisis Deskriptif | 51 |
| 4.3.2 | Hasil Deskriptif Jawaban Responden Promosi Penjualan (X1) | 51 |
| 4.3.3 | Hasil Deskriptif Jawaban Responden Citra Merek (X2) | 52 |
| 4.3.4 | Hasil Deskriptif Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan (Y) | 53 |
| 4.4 | Analisis Data | 54 |
| 4.4.1 | Uji Kualitas Data | 54 |
| 4.4.1.1 | Uji Validitas | 54 |
| 4.4.1.2 | Uji Reliabilitas | 56 |
| 4.4.2 | Uji Asumsi Klasik | 57 |

| | |
|--|----|
| 4.4.2.1 Uji Normalitas | 57 |
| 4.4.2.2 Uji Multikolinearitas | 59 |
| 4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas | 60 |
| 4.4.3 Uji Pengaruh..... | 61 |
| 4.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda..... | 61 |
| 4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2) | 62 |
| 4.5 Pengujian Hipotesis..... | 63 |
| 4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial Uji t..... | 63 |
| 4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan Uji F | 64 |
| 4.6 Pembahasan | 65 |
| 4.6.1 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan | 65 |
| 4.6.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan | 65 |
| 4.6.3 Pengaruh Promosi Penjualan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Kepuasan Pelanggan | 66 |
| 4.7 Implikasi Hasil Penelitian | 67 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Simpulan..... | 70 |
| 5.2 Saran..... | 70 |
| DAFTAR PUSTAKA | 72 |
| LAMPIRAN | |
| Lampiran 1. Pendukung Penelitian | |
| Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup | |
| Lampiran 3. Surat Izin Penelitian | |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran | 26 |
| Gambar 4. 1 Uji Normalitas Dengan Histogram | 57 |
| Gambar 4. 2 Uji Normalitas Dengan Diagram Normal P-P Plot..... | 58 |
| Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas | 60 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1. 1 Kelemahan Promosi Penjualan TOP 100 Aviari Batu Aji | 3 |
| Tabel 1. 2 Top Brand Award Kategori Tisu Basah | 5 |
| Tabel 1. 3 Jumlah Pelanggan Yang Membeli Produk Mitu Tisu Basah Bayi | 6 |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 22 |
| Tabel 3. 1 Periode Penelitian | 28 |
| Tabel 3. 2 Skor Kuesioner | 33 |
| Tabel 3. 3 Operasional Variabel | 34 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 48 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 49 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 49 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan | 50 |
| Tabel 4. 5 Rentang Skala | 51 |
| Tabel 4. 6 Jawaban Responden Promosi Penjualan | 51 |
| Tabel 4. 7 Jawaban Responden Citra Merek | 52 |
| Tabel 4. 8 Deskriptif Kepuasan Pelanggan | 53 |
| Tabel 4. 9 Uji Validitas Promosi Penjualan (X1) | 54 |
| Tabel 4. 10 Uji Validitas Citra Merek (X2) | 55 |
| Tabel 4. 11 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y) | 55 |
| Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas | 56 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> | 58 |
| Tabel 4. 14 Uji Multikolinearitas | 59 |
| Tabel 4. 15 Analisis Regresi Linear Berganda | 61 |
| Tabel 4. 16 Analisis Koefisien Determinasi (R^2) | 62 |
| Tabel 4. 17 Hasil Uji t (Parsial) | 63 |
| Tabel 4. 18 Hasil Uji f (Simultan) | 64 |

DAFTAR RUMUS

| | Halaman |
|--|---------|
| Rumus 3. 1 Rumus <i>Lamshow</i> | 29 |
| Rumus 3. 2 Korelasi Momen Person..... | 37 |
| Rumus 3. 3 <i>Alpha</i> | 38 |
| Rumus 3. 4 Regresi Linear Berganda..... | 42 |
| Rumus 3. 5 Koefisien Determinasi | 43 |
| Rumus 3. 6 Uji t | 44 |
| Rumus 3. 7 Uji f..... | 45 |