

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT BINTANG CENTRAL IMADA**

SKRIPSI



Oleh :

Budiman

150910117

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT BINTANG CENTRAL IMADA**

SKRIPSI

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



Oleh :

Budiman

150910117

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Nama : Budiman
NPM : 150910117
Fakultas : Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT BINTANG CENTRAL IMADA

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 skripsi 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, 07 Februari 2019

Materai 6000

Budiman
150910117

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT BINTANG CENTRAL IMADA**

**Oleh:
Budiman
150910117**

SKRIPSI

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

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

Batam, 07 Februari 2020

Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si.

Pembimbing

ABSTRAK

Dunia pemasaran tidak terhindar dari namanya persaingan, syarat yang perlu dilakukan perusahaan untuk mencapai target yang diinginkan dalam persaingan yang semakin ketat ini dengan cara mempertahankan kepuasan konsumen. Setiap perusahaan berupaya untuk menghasilkan dan memberikan produk yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas, karena ini sangat mempengaruhi pada kepuasan konsumen mengingat kondisi tingkat persaingan yang terus meningkat, maka pihak perusahaan harus meningkatkan kinerja perusahaan yang termasuk peningkatan pelayanan, untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggannya atau calon konsumen lain. Perusahaan juga harus lebih jeli dalam membaca perubahan-perubahan yang terjadi dalam maupun luar lingkungan perusahaan, karena penting untuk mengetahui apa kelebihan, kelemahan, ancaman dari pesaing dan tren yang sedang terjadi saat ini dan juga harga bagaimana yang dapat memuaskan konsumen dilapangan pemasaran, karena ini semua sangat tergantung pada kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bahwa analisa pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Bintang Central Imada. Sampel yang diambil dengan teknik *simple random sampling* dan teknik pengumpulan data menggunakan metode survey dengan kuesioner. Ukuran besarnya sampel yang diambil dengan menggunakan rumus slovin adalah sebesar 119 responden. Metode pengolahan data menggunakan metode regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 21. Berdasarkan hasil pengujian, dapat diketahui bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, serta harga, promosi dan kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : harga, promosi, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

The world of marketing can not avoid of bussiness rivals, one of the condition needed of the company for target achievement of the competition which is getting tougher is to by creating and maintain the satisfaction of the customer. Every company need to increase the result of product and give the reasonable price to every customer, because this is influence of customer satisfaction by remembering the increased of business competition, so the company must increase the quality of service and develop a long term relationship of the customer or candidate customer, the company also need more observant to survey the market changes from the internal or external of the company environment, to known advantages, weakness and threat of business rivals. This study research to determine and analyze the influence of price, promotion and quality of service on customer satisfaction at PT Bintang Central Imada. Samples taken with non probability sampling technique with accidental sampling method, and data collection technique using survey method through questionnaire. The size of the sample taken using the sloving formula is 119 respondents. The methods of data processing using multiple linear regression method with tools of spss (Statistical Product and Service Solution) Version 21. Based on the test results, it can be seen that the Price has a positive and significant effectt impact on Customer Satisfaction, Promotion has a positive and significant effect on Customer Satisfaction and Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction and Price, Promotion and Service Quality partially have positive and significant influence on Customer Satisfaction

Keywords : price, promotion, service quality, customer satisfaction

KATA PENGANTAR

Segala hormat, kemuliaan dan pujian bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa 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 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. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom, M.SI. selaku rektor Universitas Putera Batam
2. Ibu Rizki Tri Anugrah Bahkti, SH., M.H. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Bapak **Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si.** selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
5. Dosen dan Staf Universitas Putera Batam
6. Bapak Shallwin sebagai Supervisor (SPV) PT Bintang Central Imada yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian di PT Bintang Central Imada.
7. Seluruh Staf PT Bintang Central Imada yang telah sangat banyak membantu
8. Tang Jong dan Wang Hua, Kedua orang tua dan segenap keluarga tercinta yang selalu mendorong, mengingatkan, dan mendukung penulis dalam menyelesaikan studi
9. Semua sahabatku dan teman-teman seperjuangan Manajemen terutama Setiawan, Hartono, Charlie atas dukungannya selama proses penelitian ini.

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

Batam, 07 Februari 2020

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang	1
1.2. Identifikasi permasalahan	7
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Rumusan masalah	8
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat penelitian.....	9
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	9
1.6.2. Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Harga.....	11
2.1.1.1 Pengertian Harga	11
2.1.1.2 Tujuan Penetapan Harga	12
2.1.1.3 Strategi Penetapan Harga	13
2.1.1.4 Metode Penetapan Harga	15
2.1.1.5 Indikator Harga.....	16
2.1.2. Promosi	17

2.1.2.1.	Pengertian Promosi	17
2.1.2.2.	Tujuan Promosi	17
2.1.2.3.	Strategi Promosi	19
2.1.2.4.	Dimensi Promosi	19
2.1.2.5.	Indikator Promosi.....	20
2.1.3.	Kualitas Pelayanan.....	21
2.1.3.1.	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	21
2.1.3.2.	Tujuan kualitas pelayanan	22
2.1.3.3.	Jenis-jenis Pelayanan.....	23
2.1.3.4.	Karakteristik Kualitas Pelayanan	23
2.1.3.5.	Indikator Kualitas Pelayanan	24
2.1.4.	Kepuasan Pelanggan	25
2.1.4.1.	Pengertian Kepuasan Pelanggan	25
2.1.4.2.	Pengukuran Kepuasan Pelanggan	26
2.1.4.3.	Aspek-aspek dalam mengetahui Kepuasan Pelanggan	27
2.1.4.4.	Indikator Kepuasan Konsumen.....	28
2.2.	Penelitian Terdahulu	28
2.3.	Kerangka Pikir	32
2.4.	Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1.	Desain Penelitian	34
3.2.	Operasional Variabel	34
3.2.1.	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	35
3.2.2.	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	36
3.3.	Populasi dan Sampel	38
3.3.1.	Populasi	38
3.3.2.	Sampel.....	38
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	39
3.4.1.	Instrumen Peneliitian	40
3.5.	Metode analisis data.....	40
3.5.1.	Analisis Deskriptif	40

3.5.2. Uji Kualitas Data	41
3.5.2.1. Pengujian Validitas Instrumen	41
3.5.2.2. Uji Realibilitas Data	42
3.5.3. Uji Asumsi Klasik.....	43
3.5.3.1. Uji normalitas.....	43
3.5.3.2. Uji Multikolineritas	44
3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas	44
3.5.4. Uji Pengaruh.....	45
3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
3.5.4.2. Analisis Koefisien Determinasi	46
3.5.5. Uji Hipotesis.....	46
3.5.5.1. Uji T	47
3.5.5.2. Uji F.....	48
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian	49
3.6.1. Lokasi Penelitian	49
3.6.2. Jadwal Penelitian	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1. Hasil Penelitian	51
4.1.1. Profil Responden.....	51
4.1.1.1. Profil Responden berdasarkan Usia	51
4.1.1.2. Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.1.1.3. Profil Responden berdasarkan Pendidikan	53
4.1.1.4. Profil Responden berdasarkan Penghasilan.....	53
4.1.2 Analisis Deskriptif	54
4.1.3. Hasil Uji Validitas Data.....	59
4.1.4. Hasil Uji Realibilitas Data	62
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik Regresi	64
4.1.5.1. Hasil Uji Normalitas.....	64
4.1.5.2 Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	66
4.1.5.3. Hasil Uji Multikolinearitas	67
4.1.5.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas	68

4.1.6. Hasil Uji Pengaruh	69
4.1.6.1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	69
4.1.6.2. Koefisien Determinasi (R^2).....	72
4.1.7. Uji Hipotesis	73
4.1.7.1 Uji Parsial (Uji T).....	73
4.1.7.2 Hasil Uji Simultan (Uji F)	74
4.2. Pembahasan	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1. Kesimpulan.....	79
5.2. Saran.....	80
LAMPIRAN II :DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	130
LAMPIRAN III : SURAT KETERANGAN PENELITIAN	131

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	65
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (P-P Plot).....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan harga antara Makarizo. Ellips & Miranda	4
Tabel 1.2 Data keterlambatan pengiriman kepada konsumen.....	5
Tabel 3.1.Operasional Variabel Penelitian.....	37
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	50
Tabel 4.1 Profil Responden berdasarkan Usia	52
Tabel 4.2 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.3 Profil Responden berdasarkan Pendidikan	53
Tabel 4.4. Profil Responden berdasarkan Penghasilan.....	53
Tabel 4.5 Rentang Skala	54
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Harga (X1).....	55
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Promosi (X2)	56
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	57
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Y	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Harga(X1)	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X2).....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen(Y).....	61
Tabel 4.14 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Realibilitas Variabel Harga (X1).....	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Realibilitas Variabel Promosi (X2)	63
Tabel 4.17 Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	63
Tabel 4.18 Hasil Uji Realibilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	64
Tabel 4.19 Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	67
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4.21 Hasil Koefisien Regresi	70
Tabel 4.22 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	72
Tabel 4.23 Hasil Uji t.....	73
Tabel 4.24 Hasil Uji F.....	75

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Korelasi Pearson Product Moment.....	41
Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda	45
Rumus 3.3 Uji T	47
Rumus 3.4 Uji F.....	48