

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT
PARAS TOUR AND TRAVEL BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Cyndi Martha Novela
140910200**

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

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT
PARAS TOUR AND TRAVEL BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Cyndi Martha Novela
140910200**

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

SURAT PERNYATAAN ORIGINALISTIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cyndi Martha Novela

NPM : 140910200

Falkutas : Ilmu Sosial Dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

**Pengaruh Kualitas Pelayan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada
PT Paras Tour And Travel Batam.**

Adalah hasil karya sendiri 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 didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

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

Batam, 21 februari 2020

Yang membuat pernyataan,

Cyndi Martha Novela
140910200

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT
PARAS TOUR AND TRAVEL BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Cyndi Martha Novela
140910200**

**Telah disetujui oleh Pembimbing Pada tanggal
seperti tertera di bawah ini:**

Batam, 21 februari 2020

**Asron Saputra, S.E., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Dengan semakin banyaknya konsumen yang menggunakan jasa penerbangan, maka pihak maskapai Penerbangan harus mencari rekan bisnis yang bisa membantu memasarkan produk atau jasanya penulis melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat beli konsumen pada PT Paras Tour and Travel Batam. Teknik sampling yang di ambil menggunakan sampel jenuh Sampel dalam penelitian bagian kecil dari anggota populasi sehingga mewakili populasi, diharapkan menjadi kesimpulan dari karakteristik populasi yang mengumpulkan data menggunakan sumber primer dan sekunder melalui wawancara, dengan menyebarkan kuesioner menggunakan skala likert. yang mengukur 36 pernyataan. Analisis ini menggunakan uji regresi linier berganda di mana data diproses oleh SPSS 25. Hasil uji f yang menunjukkan kualitas pelayanan dan promosi secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT Paras Tour and Travel Batam. Hasil uji t parsial, diketahui bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada PT Paras Tour and Travel Batamdengan signifikan $0,000 < 0,05$. variabel promosi secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada PT Paras Tour and Travel Batam. dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, Promosi, Minat beli konsumen

ABSTRACT

With the increasing number of consumers using aviation services, the airlines must find business partners who can help market their products or services. The authors conduct research to determine the effect of service quality and promotion on consumer buying interest at PT Paras Tour and Travel Batam. Sampling technique taken using saturated sample. Samples in the study of a small part of the population so that it represents the population, is expected to be a conclusion of population characteristics that collect data using primary and secondary sources through interviews, by distributing questionnaires using a Likert scale. which measures 36 statements. This analysis uses multiple linear regression test where the data is processed by SPSS 25. The results of the f test which show the quality of service and promotion simultaneously have a significant influence on consumer buying interest at PT Paras Tour and Travel Batam. Partial t test results, it is known that the quality of service partially influences consumer buying interest at PT Paras Tour and Travel Batam with a significant $0,000 < 0.05$. promotion variable partially influences consumer buying interest at PT Paras Tour and Travel Batam. and a significant value of $0,000 < 0.05$.

Keywords: *Service quality, Promotion, Consumer buying interes*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang merupakan syarat untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.

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

1. Rektor Universitas Putera Batam, Ibu Dr. Nur Elvi Husda, S.Kom, M.Si.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Sosial Humaniora, Ibu Rizki Tri Anugerah Bakti, S.H., M.H.
3. Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam, Ibu Mauli Sagian, S.Kom., M.Si.
4. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si. selaku pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis;
6. Kedua orang tua, Pasangan hidup, anak yang menjadi motivator ketika menghadapi kesulitan skripsi ini dan keluarga yang selalu memberikan doa, nasehat dan dukungan penuh kepada penulis.
7. Para Staff PT PARAS yang sudah membantu dari informasi dan arahan kepada saya selama melakukan penelitian.
8. Sahabat penulis yang selalu ada membantu dan menyemangatin penulis disisi;
9. Teman-teman se-angkatan dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dan mendukung hingga selesainya skripsi ini.

Semoga ALLAH SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat dan karunia-Ny,.Amin.

Batam, 21 februari 2020

Cyndi Martha Novela

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR RUMUS	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat penelitian.....	7
1.6.1 Manfaat teoritis	7
1.6.2 Manfaat praktis.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Teori Dasar.....	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Tujuan Pemasaran	10
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	10
2.2 Kualitas Pelayanan	12
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2.2.2 Ciri-ciri Menentukan Kualitas Pelayanan	13
2.2.3 Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	14
2.2.4 Indikator Kualitas Pelayanan	15
2.3 Promosi	16
2.3.1 Pengertian Promosi	16
2.3.2 Bauran Promosi.....	18
2.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penyusunan Bauran Promosi	18
2.3.4 Indikator Promosi.....	19
2.4 Minat Beli.....	20
2.4.1 Pengertian Minat Beli	20
2.4.2 Tahapan Minat Beli.....	21
2.4.3 Indikator Minat Beli	22
2.5 Penelitian Terdahulu	23
2.6 Kerangka Berpikir.....	25

2.7	Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Desain Penelitian.....	28
3.2.1	Variabel Bebas (<i>Independent</i>).....	29
3.2.2	Variabel Terikat (<i>Dependent</i>)	30
3.2	Populasi Dan Sampel	31
3.2.1	Populasi	31
3.2.2	Sampel.....	31
3.3	Teknik Pengumpulan Data	32
3.4	Metode Analisis Data.....	33
3.4.1	Analisis Deskriptif	33
3.5	Uji Kualitas Data.....	34
3.5.1	Uji Validitas Data.....	34
3.5.2	Uji Reliabilitas Data.....	36
3.6	Uji Asumsi Klasik	37
3.6.1	Uji Normalitas	37
3.6.2	Uji Multikolinearitas	38
3.6.3	Uji Heteroskedastisitas.....	38
3.7	Uji Pengaruh.....	39
3.7.1	Analisis Regresi Liner Berganda	39
3.7.2	Analisis Determinasi (R^2)	40
3.8	Uji Hipotesis.....	41
3.8.1	Uji Signifikansi Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T).....	41
3.8.2	Uji Signifikansi Seluruh Koefisien Regresi Secara Serempak (Uji F)	41
3.9	Lokasi Dan Jadwal Penelitian	42
3.9.1	Lokasi Penelitian.....	42
3.9.2	Jadwal Penelitian.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Profil Responden.....	43
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	45
4.1.4	Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	46
4.2	Hasil Penelitian	46
4.2.1	Analisis Deskriptif	46
4.2.1.1	Deskriptif Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	47
4.2.1.2	Deskriptif Mengenai Variabel Promosi (X2)	48
4.2.1.3	Deskriptif Mengenai Variabel Minat Beli (Y)	49
4.3	Hasil Uji Kualitas Data	50
4.3.1	Hasil Uji validitas data.....	50
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas Data	51
4.3	Uji Asumsi Klasik	52
4.3.1	Uji Normalitas.....	52

4.3.2	Uji Multikolinearitas	55
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.4	Uji Pengaruh.....	57
4.4.1	Analisis Regresi Liner Berganda	57
4.4.2	Analisis Determinasi (R^2).....	58
4.5	Uji Hipotesis.....	59
4.5.1	Uji T (uji koefisien regresi secara parsial)	59
4.5.2	Uji F (uji koefisien regresi secara bersama-sama)	60
4.6	Pembahasan.....	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN 1		
LAMPIRAN 2		
LAMPIRAN 3		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	26
Gambar 4.1 Uji Normalitas (Histrogram).....	53
Gambar 4.2 Normal P-P Plot.....	54

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Data Survei Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada Maret-Agustus tahun 2019.....	3
Tabel 1.2 Data jenis/produk pelayanan jasa PT Paras Tour and Travel Pada Maret-Agustus 2019.....	2
Tabel 1.3 Data Survei Promosi Terhadap Minat Beli Pada Maret-Agustus tahun 2019	3
Tabel 1.4 Hasil Survei Terhadap Minat Beli Pada Meret-Agustus Tahun 2019.....	5
Tabel 3.1 Desain penelitian variabel bebas.....	29
Tabel 3.2 Desain penelitian variabel terikat	30
Tabel 3.3 Skala Likert	32
Tabel 3.4 Range Validitas	35
Tabel 3.5 Jadwal Penelitian.....	42
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner.....	43
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin (2020).....	44
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Usia (2020).....	45
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir (2020)	45
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan (2020)	46
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Variabel X1	47
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Variabel (X2)	48
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Variabel Y	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Variabel Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.13 Uji heterokedastisitas	56
Tabel 4.14 Hasil Persamaan Regresi	57
Tabel 4.15 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	58
Tabel 4.16 Hasil Uji F (Koefisien Regresi Secara Bersama-sama).....	58
Tabel 4.17 Hasil pengujian hipotesis secara parsial (Uji T).....	59

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Rentang Skala	33
Rumus 3.2 Pearson Product Moment.....	35
Rumus 3.3 Uji Reliabilitas	36
Rumus 3.4 Regresi Liner Berganda	39
Rumus 3.5 R^2 adjusted	40