

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GRAPARI
TELKOMSEL BATAM CENTRE**

SKRIPSI



**Oleh :
Jennichi Rusita Nur
160910263**

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

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GRAPARI
TELKOMSEL BATAM CENTRE**

SKRIPSI

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



**Oleh :
Jennichi Rusita Nur
160910263**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Jennichi Rusita Nur

NPM : 160910263

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GRAPARI TELKOMSEL BATAM CENTRE

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 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, 20 Februari 2020

Materai 6000

Jennichi Rusita Nur

160910263

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GRAPARI
TELKOMSEL BATAM CENTRE**

SKRIPSI

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

**Oleh :
Jennichi Rusita Nur
160910263**

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

Batam, 20 Februari 2020

**Dr. Realize, S.Kom., M.SI.
Pembimbing**

ABSTRAK

Kualitas pelayanan sangatlah diutamakan oleh para pemilik perusahaan agar memberikan kesan terbaik dihati para konsumennya, segala jenis keluhan konsumen selalu diberikan tindakan yang terbaik agar tidak mengecewakan. Begitu juga dengan promosi, segala jenis promosi diberikan agar konsumen tetap mengingat dan menggunakan produk yang dihasilkan tersebut. Semua hal tersebut dilakukan agar kepuasan konsumen agar dapat terpenuhi dengan maksimal dan perusahaan juga perlu memperhatikan faktor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen. Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dan promosi yang telah dilakukan dan diberi oleh perusahaan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa dan produk tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang pada dasarnya untuk menjawab masalah-masalah yang ada dengan teknik pengamatan data dengan melakukan wawancara maupun kuesioner. Adapun jumlah sampel pada penelitian ini adalah 313 responden yang hasilnya didapatkan melalui penggunaan rumus Yamane. Objek pada penelitian ini dilakukan di Grapari Telkomsel Batam Centre yang merupakan tempat pelayanan kartu khusus untuk pengguna kartu Telkomsel. Pada akhirnya hasil pengujian dari variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan nilai t hitung 8,764 lebih besar dari nilai t tabel 1,968, variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan nilai t hitung 6,975 lebih besar dari nilai t tabel 1,968 dan kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan nilai f hitung 156,017 lebih besar dari nilai f tabel 3,02.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Promosi; Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Quality of service is prioritized by the owners of the company to give the best impression in the hearts of their customers, all kinds of consumer complaints are always given the best action so as not to disappoint. Likewise with promotions, all kinds of promotions are given so that consumers still remember and use the resulting product. All of these things are done so that customer satisfaction can be fulfilled to the maximum and the company also needs to pay attention to any factors that can affect customer satisfaction. The purpose of this study was to determine the extent of the influence of service quality and promotion that has been carried out and given by the company to the satisfaction of consumers who use these services and products. In this study using quantitative methods which are basically to answer existing problems with data observation techniques by conducting interviews and questionnaires. The number of samples in this study were 313 respondents whose results were obtained through the use of the Yamane formula. The object of this research was conducted at Grapari Telkomsel Batam Center which is a special card service area for Telkomsel card users. In the end the test results of the service quality variable have a positive and significant effect on customer satisfaction as evidenced by the value of t count 8.764 is greater than the value of t table 1.968, the promotion variable has a positive and significant effect on customer satisfaction as evidenced by the value of t count 6.975 greater than the value of t table 1,968 and the quality of service and promotion has a positive and significant effect on customer satisfaction as evidenced by the f value of 156.017 greater than the value of f table 3.02.

Keywords: *Service quality; Promotion; and Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala berkat Rahmat, Hidayah, 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 Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan sangat 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. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.
3. Ibu Dr. Realize, S.Kom., M.SI selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.
4. Bapak Dr. Suhardi, S.E., M.M selaku pembimbing akademik dari semester 1 hingga semester 7 selalu memberikan dukungan dan masukan yang bermanfaat
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dan pelajaran kepada penulis.
6. Untuk mama yang selalu memberikan motivasi dan dukungannya
7. Sahabat-sahabat kuliah (Grace, Dwi, Wisra, Devi, Nopitha, Eka dan Recit) yang telah ikut membantu, senang duka dilalui bersama dan memberikan motivasi dalam pengerjaan skripsi ini.
8. Teman-teman kantor dan karyawan/ti yang selalu menyemangati dan ikut membantu dalam pengerjaan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta rahmat-Nya, Amin.

Batam, 20 Februari 2020

Jennichi Rusita Nur

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
SURAT PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR RUMUS.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.6.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Teori Dasar.....	13
2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	13
2.1.1.1 Karakteristik Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.1.2 Element Kualitas Pelayanan.....	16
2.1.1.3 Indikator Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.2 Pengertian Promosi.....	17
2.1.2.1 Tujuan Promosi.....	19
2.1.3 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	22
2.1.3.1 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	23
2.1.3.2 Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen.....	25
2.1.3.3 Indikator-Indikator Kepuasan Konsumen.....	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
2.4 Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Desain Penelitian.....	34
3.2 Operasional Variabel.....	34
3.3 Populasi dan Sampel.....	36
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 Sampel.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5 Metode Analisis Data.....	40

3.5.1	Analisis Deskriptif	41
3.5.2	Uji Kualitas Data.....	42
3.5.2.1	Uji Validitas	42
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	43
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	44
3.5.3.1	Uji Normalitas	44
3.5.3.2	Uji Multikolinieritas	44
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas	45
3.5.4	Uji Pengaruh	45
3.5.4.1	Analisis Regresi Linier.....	45
3.5.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	46
3.5.5	Uji Hipotesis	47
3.5.5.1	Uji t (Parsial)	47
3.5.5.2	Uji Statistik F	49
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian	50
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	50
3.6.2	Jadwal Penelitian.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Hasil Penelitian.....	52
4.1.1	Profil Responden.....	52
4.1.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.1.1.2	Profil Responden Berdasarkan Umur	53
4.1.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	54
4.1.1.4	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	55
4.1.2	Statistik Deskriptif	55
4.1.2.1	Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan (X1).....	56
4.1.2.2	Analisis Deskriptif Promosi (X2).....	58
4.1.2.3	Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen (Y).....	59
4.2	Hasil Uji Validitas dan Realibilitas.....	61
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	61
4.2.2	Hasil Uji Realibilitas	63
4.3	Uji Asumsi Klasik	64
4.3.1	Hasil Uji Normalitas	64
4.3.2	Hasil Uji Multikolineritas	66
4.3.3	Hasil Uji Heterokedastisitas	67
4.4	Hasil Uji Pengaruh	68
4.4.1	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	68
4.4.2	Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	69
4.5	Hasil Uji Hipotesis	70
4.5.1	Hasil Uji T (Parsial)	70
4.5.2	Hasil Uji F (Simultan).....	72
4.6	Pembahasan.....	72
4.6.1	Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	73
4.6.2	Promosi Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen	74

4.6.3 Kualitas Pelayanan dan Promosi Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	
Lampiran 1 Rekapitulasi Data dan Hasil Pengolahan Data	
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4. 1 Diagram Histogram Normalitas	64
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas menggunakan Normal <i>P-P Plot</i>	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Jumlah Konsumen Tiga Bulan Terakhir	4
Tabel 1. 2 Tabel Perbandingan Promosi Paket Internet	6
Tabel 3. 1 Skala <i>Liker</i>	40
Tabel 4. 1 Profil Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Umur.....	53
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	54
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	55
Tabel 4. 5 Respon Terhadap Kualitas Pelayanan	56
Tabel 4. 6 Respon Terhadap Promosi	58
Tabel 4. 7 Respon Terhadap Kepuasan Konsumen.....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1).....	62
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Promosi (X2).....	62
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y1)	63
Tabel 4. 11 Hasil Uji Realibilitas	64
Tabel 4. 12 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Multikolineritas</i>	66
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	67
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4. 16 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi	70
Tabel 4. 17 Hasil Uji T (Parsial)	71
Tabel 4. 18 Hasil Uji F (Simultan).....	72

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Yamane	38
Rumus 3. 2 <i>Pearson Product Moment</i>	42
Rumus 3. 3 <i>Cronbach's Alpha</i>	43
Rumus 3. 4 Regresi Linier Berganda	45
Rumus 3. 5 Uji T	48
Rumus 3. 6 Uji Statistik F	49