

**PENGARUH PROMOSI DAN
PELAYANAN TERHADAP INTENTION TO USE
PADA PT PINTAS SAMUDRA**

SKRIPSI



**Oleh:
Leo Chandra
160910101**

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

**PENGARUH PROMOSI DAN
PELAYANAN TERHADAP INTENTION TO USE
PADA PT PINTAS SAMUDRA**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Leo Chandra
160910101**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Leo Chandra
NPM/NIP : 160910101
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

PENGARUH PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP INTENTION TO USE PADA PT PINTAS SAMUDRA

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, 07 Februari 2020

Materai 6000

LEO CHANDRA
160910101

**PENGARUH PROMOSI DAN
PELAYANAN TERHADAP INTENTION TO USE PADA
PT PINTAS SAMUDRA**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Leo Chandra
160910101**

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

Batam, 07 Februari 2020

**Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh promosi dan pelayanan terhadap intention to use pada PT Pintas Samudra. Disain riset dalam studi ini adalah penelitian eksplanatori dengan model kuesioner dalam pengumpulan data. Dua jenis variabel bebas digunakan dalam penelitian ini yakni; promosi dan pelayanan satu variabel terikat yang digunakan adalah intention to use. Data sampel dalam penelitian ini dikumpulkan dari 100 responden yang pernah melakukan perjalanan dari Batam ke Johor dan sebaliknya. Dalam penelitian ini diberlakukan analisis dengan regresi berganda. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari promosi, pelayanan sebagai variabel independen dan intention to use sebagai variabel dependen. Hasil secara rinci dalam penelitian ini menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intention to use, hal itu dibuktikan dengan nilai probability sig $0.013 < 0.05$, disimpulkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian, diterima. Sedangkan hasil untuk hipotesis kedua menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intention to use, hal ini dibuktikan dengan nilai sig $0.000 < 0.05$, disimpulkan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini, diterima. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menunjukkan bahwa promosi dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intention to use, hal ini dibuktikan dengan nilai probabilitas sig $0.000 < 0.05$, disimpulkan bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. Sedangkan secara simultan hasil uji menunjukkan bahwa variabel intention to use dapat dijelaskan oleh variabel promosi, pelayanan pada nilai R^2 sebesar 65.0% dan sisanya 35.0% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Kesimpulan yang diperoleh dalam kajian ini ; promosi berpengaruh signifikan terhadap intention to use, pelayanan berpengaruh signifikan terhadap intention to use, promosi dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap intention to use.

Kata Kunci: promosi; pelayanan; *intention to use*

ABSTRACT

The main goal of this research is to analyse the influence of promotion and services towards intention to use at Pintas Samudra Inc. Research design in this study using explanatory research with questioner model in collecting data. Two kind independent variables were used in this research; promotion and services, and one dependent variable used in this research was intention to use. Data sample in this research gathered from 100 respondent who had been transporting from Batam to Johor and reverses. Research will be conducted using Multiple Regression Analysis. Result in detail of this research, shown that, promotion has influenced positively and significantly to intention to use, it could be proved with the probability of Sig 0.013 < 0.05, concluded that 1st hypothesis in this research, accepted. Whereas result of 2nd hypothesis shown by services influenced positively and significantly to intention to use, this could be proved with the probability of Sig 0.000 < 0.05, concluded that 2nd hypothesis in this research, accepted. 3rd Hypothesis in this research shown by promotion and services had influenced positively and significantly to intention to use this could be proved with the probability of Sig 0.000 < 0.05, concluded that 3rd hypothesis in this research, accepted. While the result for simultaneously test shown that variable of intention to use can be explained by variable promotion, services at the level of adjusted R² 65.0%. and the rest 35.0% could be explained by any others variables which did not test. Conclusion gathered on this research are promotion has significantly impact to intention to use, services has significantly impact to intention to use, promotion and services simultaneously has significantly impact to intention to use.

Keyword: *promotion; services; intention to use*

KATA PENGANTAR

puji syukur kepada 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 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, S.H., 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. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Bapak Heryenzus, S.Kom., M.Si. selaku dosen teknik penulisan karya ilmiah yang telah mengarahkan penulis dengan baik;
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
7. Kedua Orang tua yang telah memberikan kasih sayang, doa, nasehat, semangat dan segala bentuk perjuangan dan pengorbanan serta dukungan yang mereka berikan;
8. Teman-teman se-angkatan penulisan yang selalu menyemagati hingga selesai skripsi ini;
9. Pihak-pihak lain yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi yang tidak dapat disebut satu persatu;

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

Batam, 07 Februari Maret 2020

Leo Chandra

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN DEPAN	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	10
1.3. Batasan Masalah	10
1.4. Rumusan Masalah	11
1.5. Tujuan Penelitian.....	11
1.6. Manfaat Penelitian	12
1.6.1. Manfaat Teoritis	12
1.6.2. Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Konsep Teoritis	13
2.1.1. Promosi.....	13
2.1.1.1. Pengertian Promosi.....	13
2.1.1.2. Tujuan Promosi	15
2.1.1.3. Indikator Promosi.....	16
2.1.1.4. Unsur-unsur Bauran Pemasaran	18
2.1.2. Pelayanan.....	19
2.1.2.1. Definisi Pelayanan.....	19

2.1.2.2.	Prinsip-Prinsip Pelayanan	21
2.1.2.3.	Karateristik Pelayanan	23
2.1.2.4.	Strategi Mewujudkan Layanan Prima	23
2.1.2.5.	Indikator – Indikator Pelayanan	26
2.1.2.6.	Faktor Penghambat Layanan.....	27
2.1.3.	<i>Intention To Use</i>	28
2.1.3.1.	Pengertian Minat Beli.....	28
2.1.3.2.	Faktor – Faktor yang mempengaruhi Minat Beli	30
2.1.3.3.	Indikator Minat Beli	33
2.2.	Penelitian Terdahulu	34
2.3.	Kerangka Pemikiran	39
2.3.1.	Pengaruh Promosi Terhadap <i>Intention To Use</i>	39
2.3.2.	Pengaruh Pelayanan Terhadap <i>Intention to Use</i>	40
2.4.	Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN		42
3.1.	Desain Penelitian.....	42
3.2.	Operasional Variabel	43
3.3.	Populasi dan Sampel	45
3.3.1.	Populasi	45
3.3.2.	Sampel	45
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.4.1.	Metode Kuesioner	48
3.5.	Metode Analisis Data	48
3.5.1.	Analisis Deskriptif	48
3.5.2.	Uji Kualitas Data.....	49
3.5.2.1.	Uji Validitas.....	49
3.5.2.2.	Uji Realibilitas	51
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik	52
3.5.3.1.	Uji Normalitas Data.....	53
3.5.3.2.	Uji Multikolinieritas	53
3.5.3.3.	Uji Heteroskedastisitas	54

3.5.4.	Uji Pengaruh	54
3.5.4.1.	Analisi Regresi Linear Berganda.....	54
3.5.4.2.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	55
3.5.5.	Uji Hipotesis	55
3.5.5.1.	Uji-F (Uji Hipotesis).....	55
3.5.5.2.	Uji-t (Uji Hipotesis Parsial)	56
3.6.	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	57
3.6.1.	Lokasi Penelitian.....	57
3.6.2.	Jadwal Penelitian.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		58
4.1.	Hasil Penelitian	58
4.1.1.	Profil Responden.....	58
4.1.1.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.1.1.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	59
4.1.1.3.	Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan	60
4.1.2.	Analisis Deskriptif	60
4.1.2.1.	Variabel Promosi(X_1).....	61
4.1.2.2.	Variabel Pelayanan (X_2).....	64
4.1.2.3.	Variabel <i>Intention to Use</i>	67
4.1.3.	Hasil Uji Kualitas Data.....	70
4.1.3.1.	Hasil Uji Validitas	70
4.1.3.2.	Hasil Uji Reliabilitas	73
4.1.4.	Uji Asumsi Klasik	75
4.1.4.1.	Hasil Uji Normalitas	75
4.1.4.2.	Hasil Uji MultiKolinearitas	76
4.1.4.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
4.1.5.	Hasil Uji Pengaruh	78
4.1.5.1.	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	78
4.1.5.2.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	80
4.1.6.	Hasil Uji Hipotesis	80
4.1.6.1.	Hasil Uji t.....	80

4.1.6.2. Uji Simultan(F)	82
4.2. Pembahasan	83
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1. Simpulan.....	88
5.2. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	92

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 4.1 Bell shaped.....	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Penumpang Maret sd Juni 2019	8
Tabel 3.1 Operasional Variabel	44
Tabel 3.2 Indeks Koefisien Reliabilitas	52
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian	57
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif	58
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur	59
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.4 Kriteria Analisis Deskriptif.....	61
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Promosi.....	61
Tabel 4.6 Distirbusi Jawaban Responden Variabel Pelayanan.....	64
Tabel 4.7 Distirbusi Jawaban Responden Variabel Intention to Use.....	67
Tabel 4.8 Hasil Validitas Promosi	71
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Pelayanan	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Intention to Use	73
Tabel 4.11 Indeks Koefisien Reliabilitas	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4. 13 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	76
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	77
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	78
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Berganda	79
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	80
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	81
Tabel 4.19 Hasil Uji F	82

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Sampel	46
Rumus 3.2 Regresi Linier Berganda	54

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Izin Penelitian

Lampiran 4. Foto Responden