

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN TRAVELOKA**

SKRIPSI



Oleh:

Putra Setia Sinaga

150910483

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

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN TRAVELOKA**

SKRIPSI

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



Oleh:

Putra Setia Sinaga

150910483

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Putra Setia Sinaga

NPM : 150910483

Fakultas : Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

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

PENGARUH KUASLITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

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 unsurunsur 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, 21 Februari 2020

Putra Setia Sinaga
150910483

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN TRAVELOKA**

SKRIPSI

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

Oleh:

Putra Setia Sinaga

150910483

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

Batam, 21 Februari 2020

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

Pembimbing

ABSTRAK

Dalam globalisasi saat ini, terutama di bidang teknologi informasi, internet tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi untuk mengirim surat elektronik atau email, tetapi telah merambah ke dalam interaksi yang kompleks. Ada banyak situs dan aplikasi untuk pemesanan tiket pesawat online dalam beberapa tahun terakhir. Atas dasar judul diambil kualitas pelayanan dan promosi kepuasan konsumen traveloka. Populasi dalam studi kualitas pelayanan dan promosi kepuasan konsumen tidak diketahui dalam jumlah sehingga para peneliti menggunakan rumus Chocran dengan sampel 385 responden diambil menggunakan metode penelitian asosiatif kausal yang digunakan oleh peneliti untuk menentukan hubungan sebab akibat antara dua atau lebih variabel, sehingga ada variabel independen (mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi) yang akan diperiksa menggunakan skala Likert. yang mengukur 28 pernyataan indikator. Analisis ini menggunakan uji regresi linier berganda di mana data diproses oleh SPSS 25. Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Traveloka, jika tidak diterima. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar $0,000 < 0,05$. Hipotesis kedua yaitu promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Travloka, Berdasarkan Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan dan promosi sebesar $0,000 < 0,05$ dan $F \text{ hitung } 151,173 > F \text{ tabel } 3,02$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Traveloka.

Keywords : Kualitas Pelayanan; Promosi; Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

In today's globalization, especially in the field of information technology, the internet does not only function as a communication tool for sending electronic mail or e-mail, but has penetrated into complex interactions. There are many sites and applications for booking plane tickets online in recent years. On the basis of the title taken the quality of service and promotion of traveloka consumer satisfaction. The population in the study of service quality and customer satisfaction promotion is unknown in numbers so the researchers used the Chocran formula with a sample of 385 respondents taken using causal associative research methods used by researchers to determine the causal relationship between two or more variables, so there are independent variables (influencing) and the dependent variable (influenced) which will be examined using a Likert scale. which measures 28 indicator statements. This analysis uses multiple linear regression test in which data is processed by SPSS 25. Based on the results of the first hypothesis test that service quality has a significant effect on customer satisfaction on Traveloka, if not accepted. This is evidenced by the significant value of service quality to customer satisfaction of 0,000 <0.05. The second hypothesis namely promotion has a significant effect on customer satisfaction Travloka, if not accepted. This is evidenced by the significant value of consumer satisfaction promotions of 0,000 <0.05. While the third hypothesis, namely the influence of service quality and joint promotion, has a significant effect on customer satisfaction, Travloka is declared acceptable. This is evidenced by the significant value of service quality and joint promotion for customer satisfaction 0,000 <0.05.

Keywords: *Service Quality; Promotions; Consumen Satisfaction*

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.
2. Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
3. Ibu Dr. Realize, S.Kom., M.SI. selaku dosen pembimbing skripsi.
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis;
5. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa, nasehat dan dukungan penuh kepada penulis;
6. Teman-teman se-angkatan dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan mendukung hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat dan karunia-Nya, Amin.

Batam, 21 Februari 2020

Putra Setia Sinaga

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR RUMUS	i
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	9
1.3. Batasan Masalah	9
1.4. Rumusan masalah	9
1.5. Tujuan penelitian	10
1.6.1 Aspek Teoritis	10
1.6.2 Aspek Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Teori Dasar	12
2.1.1 Kualitas Pelayanan	12
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2.1.1.2 Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	13
2.1.1.3 Faktor-Faktor Penyebab Kualitas Pelayanan Buruk	14
2.1.1.4 Indikator Kualitas Pelayanan	15
2.1.2 Promosi	15
2.1.2.1 Pengertian promosi	15
2.1.2.2 Tujuan Promosi	16
2.1.2.3 Bauran Promosi	18
2.1.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Bauran Promosi	20
2.1.2.5 Indikator-indikator Promosi	21
2.1.3 Kepuasan Konsumen	22
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan konsumen	22
2.1.3.2 Manfaat Kepuasan Konsumen	23
2.1.3.3 Strategi Kepuasan Konsumen	24
2.1.3.4 Mengevaluasi Kepuasan Konsumen	25
2.1.3.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	27
2.1.3.6 Indikator Kepuasan Konsumen	28
2.2. Penelitian Terdahulu	29
2.3. Kerangka Pemikiran	31
2.4. Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	33

3.1.	Desain Penelitian.....	33
3.2.	Operasional Variabel.....	33
3.2.1.	Variabel Independen	34
3.2.2.	Variabel Dependensi.....	35
3.3.	Populasi dan Sampel	35
3.3.1.	Populasi	35
3.3.2.	Sampel.....	36
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5.	Metode Analisis Data.....	37
3.5.1	Analisis Deskriptif	38
3.5.2	Uji Kualitas Data	38
3.5.2.1	Uji Validitas	38
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	39
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	40
3.5.3.1	Uji Normalitas.....	40
3.5.3.2	Uji Multikolinieritas.....	40
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	41
3.5.4	Uji Pengaruh.....	41
3.5.4.1	Uji Regresi Linier Berganda	41
3.5.4.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	42
3.5.5	Uji Hipotesis	43
3.5.5.1	Uji T (Uji Parsial)	43
3.5.5.2	Uji F (Uji Simultan)	43
3.6.	Lokasi dan Jadwal Penelitian	44
3.6.1	Lokasi Penelitian	44
3.6.2	Jadwal penelitian	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45
4.1.	Hasil Penelitian	46
4.1.1	Profil Responden	46
4.1.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.1.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	48
4.1.1.4	Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	49
4.1.2	Analisis Deskriptif	49
4.1.2.1	Deskriptif Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	49
4.1.2.2	Deskriptif mengenai Variabel Promosi (X2)	51
4.1.2.3	Deskriptif mengenai Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	52
4.1.3	Uji Kualitas Data.....	55
4.1.3.1	Uji Validitas	55
4.1.3.2	Uji Reliabilitas	57
4.1.4	Uji Asumsi Klasik	58
4.1.4.1	Uji Normalitas.....	58
4.1.4.2	Uji Multikolinieritas.....	60
4.1.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.1.5	Uji Pengaruh.....	61
4.1.5.1	Uji Regresi Linier Berganda	61

4.1.5.2 Uji Koefisien Determinasi.....	62
4.1.6 Uji Hipotesis.....	63
4.1.6.1 Uji T (Parsial).....	63
4.1.6.2 Uji F (Uji Simultan)	64
4.2. Pembahasan.....	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1. Simpulan	66
5.2. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kepuasan Konsumen Terhadap Situs Booking Online Tiket Pesawat.....	5
Tabel 1.2 Tingkat konservasi Situs Pemesanan Tiket Pesawat.....	5
Tabel 1.3 Daftar Keluhan Konsumen yang Terdapat pada Aplikasi Traveloka Maret 2019	8
Tabel 3.1 Skala Likert	37
Tabel 3.2 Range Validitas	39
Tabel 3.3 Indeks Koefisien Reliabilitas	39
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian.....	44
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
Tabel 4.5 Deskriptif Kualitas Pelayanan	50
Tabel 4.6 Deskriptif Kualitas Promosi	51
Tabel 4.7 Deskriptif Kualitas Kepuasan Konsumen	54
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	55
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Promosi (X2).....	56
Tabel 4. 10 Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	56
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1)	57
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Promosi (X2).....	57
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y).....	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas.....	60
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	61
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	62
Tabel 4.19 Hasil Uji T (Uji Parsial)	63
Tabel 4.20 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1 Grafik Histogram	59
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plots	59

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Cochran	36
Rumus 3.2 Persamaan Regresi Linier Berganda	42