

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT
MEGA TRADE TRITAMA**

SKRIPSI



**Oleh:
Trifena Natalia
160910115**

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

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT
MEGA TRADE TRITAMA**

SKRIPSI

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



**Oleh
Trifena Natalia
160910115**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Trifena Natalia

NPM : 160910115

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

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

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT MEGA TRADE TRITAMA

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam 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 di gugurkan dan ditarik dari akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 04 Februari 2020

Materai

Trifena Natalia
160910115

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT
MEGA TRADE TRITAMA**

SKRIPSI

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

**Oleh
Trifena Natalia
160910115**

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

Batam, 04 Februari 2020

**Hikmah, S.E., M. Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Kualitas pelayanan, promosi penjualan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh PT Mega trade tritama dalam menghadapi persaingan dan tantangan antar perusahaan serta harus mampu menciptakan strategi untuk ikut bersaing guna meningkatkan kepuasan konsumen dalam berbelanja. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui berapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dan berapa besar pengaruh promosi penjualan, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari hasil pembagian kuesioner kepada 186 responden. Sumber data yang dipakai merupakan sumber data primer dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *random sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis dengan model analisis linear berganda. Penelitian ini menggunakan metode analisis data statistik menggunakan SPSS versi 25. Dari hasil pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa ketiga hipotesis dalam penelitian ini diterima. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t kualitas pelayanan lebih besar dibandingkan t tabel atau nilai signifikan t lebih kecil dari alpha, uji t promosi penjualan lebih besar dibandingkan t tabel atau nilai signifikan t lebih kecil dari alpha. Hasil uji F menunjukkan nilai dengan nilai signifikansi. Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen, promosi penjualan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan dan promosi penjualan secara simultan berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Promosi penjualan, Kepuasan konsumen

ABSTRACT

The quality of service, sales promotion is something that must be considered by PT Mega Trade Tritama in facing competition and challenges between companies and must be able to create strategies to compete in order to increase consumer satisfaction in shopping. The purpose of this study was to determine how much influence the quality of service on customer satisfaction, and how much influence the sales promotion, service quality on customer satisfaction. This study uses data obtained from the distribution of questionnaires to 186 respondents. The data source used is the primary data source with the sampling method used is random sampling. This research uses the analysis method with multiple linear analysis models. This study uses statistical data analysis methods using SPSS version 25. From the results of hypothesis testing it can be seen that all three hypotheses in this study were accepted. This is evidenced from the results of t test service quality is greater than t table or significant value t is smaller than alpha, sales promotion t test is greater than t table or significant value t more smaller than alpha. F test results showed a value of with a significance value of. The results of this study are the quality of service partially significant effect on customer satisfaction, sales promotions have a significant effect partially on customer satisfaction, and the quality of service and sales promotion simultaneously have a significant effect on customer satisfaction

Keywords: *Service quality, Sales promotion, Customer satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Progra Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. 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 Bhakti, 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 Study Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Hikmah, S.E., M.Si., selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Bapak Heryenzus, S.Kom., M.Si., selaku dosen metodologi penelitian yang telah mengarahkan penulis dengan baik;
6. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis;
7. Orang tua dan keluarga yang selalu berdoa dan memberi dukungan penuh kepada penulis;
8. Seluruh pimpinan dan karyawan PT Mega Trade Tritama yang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitian;
9. Teman-teman se-angkatan penulis yang selalu menyemangati hingga selesai Skripsi ini.

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

Batam, 04 Februari 2020

Trifena Natalia

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Rumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	8
1.6.1. Secara Teoritis	8
1.6.2. Secara Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Teori	10
2.1.1. Kualitas Pelayanan	10
2.1.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.1.2. Tujuan Kualitas Pelayanan	11
2.1.1.3. Manfaat Kualitas Pelayanan	12
2.1.1.4. Atribut-atribut Yang Menentukan Kualitas pelayanan	13
2.1.1.5. Indikator-indikator Kualitas Pelayanan.....	13
2.1.2. Promosi Penjualan.....	14
2.1.2.1. Pengertian PromosiPenjualan	14
2.1.2.2. Tujuan Promosi Penjualan.....	16
2.1.2.3. Karakteristik Promosi Penjualan.....	17
2.1.2.4. Alat-alat Promosi Penjualan	17
2.1.2.5. Indikator Promosi	19
2.1.3. Kepuasan Konsumen.....	20
2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	20
2.1.3.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	22
2.1.3.3. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	22
2.1.3.4. Strategi Kepuasan Konsumen	23
2.1.3.5. Indikator Kepuasan Konsumen.....	24
2.2. Penelitian Terdahulu.....	25
2.3. Kerangka Pemikiran	30
2.4. Hipotesis	31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Desain Penelitian.....	32
3.2.	Operasional Variabel.....	33
3.2.1.	Variabel Independen.....	33
3.2.1.1.	Kualitas Pelayanan (X ₁)	33
3.2.1.2.	Promosi Penjualan (X ₂)	33
3.2.2.	Variabel Dependen.....	34
3.2.2.1.	KepuasanKonsumen	34
3.3.	Populasi dan Sampel	36
3.3.1.	Populasi	36
3.3.2.	Sampel	36
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	36
3.4.1.	Alat Pengumpulan Data.....	37
3.4.2.	Teknik Pengumpulan Data	37
3.5.	Metode Analisis Data	38
3.5.1.	Analisis Deskriptif	38
3.5.2.	Uji Kualitas Data.....	39
3.5.2.1.	Uji Validitas.....	39
3.5.2.2.	Uji Reliabilitas	41
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik	42
3.5.3.1.	Uji Normalitas.....	42
3.5.3.2.	Uji Multikolinieritas	42
3.5.3.3.	Uji Heteroskedastisitas	43
3.5.4.	Uji Pengaruh	44
3.5.4.1.	Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.5.4.2.	Analisis Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	44
3.5.5.	Uji Hipotesis	45
3.5.6.	Uji t (parsial)	45
3.5.7.	Uji f (simultan).....	47
3.6.	Lokasi Penelitian.....	48
3.7.	Jadwal Penelitian.....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Hasil Penelitian	49
4.1.1.	Profil responden	49
4.1.1.1.	Karakteristik responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.1.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
4.1.1.3.	Karakteristik Responden Pekerjaan	50
4.1.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	51
4.1.1.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	51
4.1.2.	Analisis Deskriptif	52
4.1.2.1.	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X ₁).....	53
4.1.2.2.	Analisis Deskriptif Variabel Promosi Penjualan (X ₂)	55
4.1.2.3.	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	56
4.1.3.	Hasil Uji Kualitas Data	58
4.1.3.1.	Hasil Uji Validitas.....	58
4.1.3.2.	Hasil Uji Reabilitas	60

4.1.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	61
4.1.4.1. Uji Normalitas.....	61
4.1.4.2. Uji Multikolinearitas	64
4.1.4.3. Uji Heteroskedastisitas	64
4.1.5. Uji Pengaruh	66
4.1.5.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
4.1.5.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	67
4.1.6. Pengujian Hipotesis.....	68
4.1.6.1. Uji Parsial (Uji t).....	68
4.1.6.2. Uji Secara Simultan (Uji F)	69
4.2. Pembahasan	70
4.2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	70
4.2.2. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen	70
4.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan.....	73
5.2. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas (Histogram).....	62
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas (P-P Plot)	63
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas (<i>Regression Standarized Residual Scatterplot</i>)	65

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Konsumen bulan Oktober 2018 s/d Bulan Oktober 2019.....	4
Tabel 1.2. Keluhan Konsumen pada PT Mega Trade Tritama Tahun 2019.....	4
Tabel 1.3. PT Mega Trade Tritama Promosi Periode Oktober 2018 – Oktober 2019	5
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1. Operasional Variabel	35
Tabel 3.2. Skala <i>Likert</i>	37
Tabel 3.3. Rentang Skala	39
Tabel 3.4. Jadwal Penelitian	48
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4.2. Responden berdasarkan usia	50
Tabel 4.3. Responden berdasarkan pekerjaan	50
Tabel 4.4. Responden berdasarkan pendapatan.....	51
Tabel 4.5. Responden berdasarkan pendidikan	52
Tabel 4.6. Hasil Analisis Deskriptif.....	53
Tabel 4.7. Jawaban Responden Untuk Variabel Promosi Penjualan	55
Tabel 4.8. Jawaban Responden Untuk Variabel Kepuasan Konsumen	57
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	58
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Promosi Penjualan (X2)	59
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)	60
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.13. Hasil <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	63
Tabel 4.14. Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4.15. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	65
Tabel 4.16. Hasil Koefisien Regresi	66
Tabel 4.17. Koefisiensi Determinasi (R^2).....	68
Tabel 4.18. Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	68
Tabel 4.19. Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	69

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1. <i>Slovin</i>	36
Rumus 3.2. Rentang Skala	39
Rumus 3.3. Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	40
Rumus 3.4. <i>Spearman Brown</i>	42
Rumus 3.5. Regresi Linier Berganda	44
Rumus 3.6. Uji t/parsial	46
Rumus 3.7. uji f/simultan	47