

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN  
KUALITAS INFORMASI TERHADAPT KEPUASAN  
PELANGGAN PADA PT ADABAN MAKMUR  
SUKSES**

**SKRIPSI**



**Oleh  
Erika  
190910150**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN  
KUALITAS INFORMASI TERHADAPT KEPUASAN  
PELANGGAN PADA PT ADABAN MAKMUR  
SUKSES**

**SKRIPSI**

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



**Oleh  
Erika  
190910150**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Erika  
NPM : 190910150  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

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

**“PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT ADABAN MAKMUR SUKSES”**

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, 28 Januari 2023



**Erika**

190910150

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN  
KUALITAS INFORMASI TERHADAPT KEPUASAN  
PELANGGAN PADA PT ADABAN MAKMUR  
SUKSES**

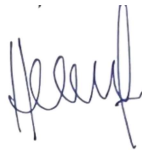
**SKRIPSI**

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

**Oleh  
Erika  
190910150**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal  
Seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 24 Januari 2023**



**Heryenzus, S.Kom., M.Si.**

**Pembimbing**



## **ABSTRAK**

Keputusan pembelian merupakan sebuah tahap dimana konsumen membentuk sebuah niat untuk membeli sebuah produk yang di inginkan. Seluruh pelanggan memiliki tahapan yang harus di lewati sebelum melakukan pembelian. Hal ini juga terjadi pada PT. Adaban Makmur Sukses dimana tidak semua pembeli yang berkunjung pada distributor resmi perusahaan. PT Adaban Makmur Sukses, merupakan sebuah distributor di kota batam yang memasarkan produk ban motor maupun ban mobil. Tujuan penelitian ini adalah untuk bisa mengetahui bagaimana citra merek, promosi, kualitas informasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Adaban Makmur Sukses. Pada penelitian ini jumlah responden konsumen yang diambil yaitu 134 responden sebagai populasi penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner. Alat ukur yang digunakan adalah skala likert 5 poin. Metode analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Uji kualitas data menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas serta uji pengaruh menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ), dan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji f dengan bantuan software statistic SPSS 26. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, citra merek, promosi dan kualitas informasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dari t hitung > t tabel.

**Kata Kunci : Citra Merek, Promosi, Kualitas Informasi, Kepuasan Pelanggan**

## ABSTRACT

*Purchasing decision is a stage where consumers form an intention to buy a desired product. All customers have stages that must be passed before making a purchase. This also happened to PT. Adaban Makmur Success where not all buyers visit the company's official distributor. PT Adaban Makmur Sukses, is a distributor in the city of Batam that markets motorcycle tires and car tires. The purpose of this study is to be able to find out how brand image, promotion, quality of information on customer satisfaction at PT.Adaban Makmur Sukses. In this study, the number of consumer respondents taken was 134 respondents as the research population using questionnaire data collection techniques. The measuring instrument used is a 5-point Likert scale. The data analysis method was performed using multiple linear regression analysis. Test the quality of the data using the validity test and reliability test. The classic assumption test uses the normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test as well as the effect test using multiple linear regression analysis and analysis of the coefficient of determination (R<sup>2</sup>), and hypothesis testing uses the t test and f test with the help of SPSS 26 statistical software. Based on the results of the study it shows that, brand image, promotion and information quality partially have a significant effect on customer satisfaction from t count > t table.*

***Keywords: Brand Image, Promotion, Information Quality, Customer Satisfaction***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan 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 Program Studi Universitas Putera Batam. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala 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 PuteraBatam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan UniversitasPutera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen,Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.
4. Heryenzus, S.Kom., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis.
6. Orang tua dan keluarga yang telah mendoakan dan memberi dukungan penuh kepada penulis.
7. Responden yang telah membantu penulis untuk mengisi kuesioner yang dapat membantu proses penelitian.
8. Teman-teman se-angkatan penulis yang telah membantu dan selalu menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.



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

Batam, 28 February 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be the name 'Erika' written in a cursive style.

Erika



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR RUMUS .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	8
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Rumusan Masalah .....	9
1.5. Tujuan Penelitian.....	9
1.6. Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1. Kajian Teori.....	12
2.1.1. Citra Merek.....	12
2.1.2. Promosi.....	15
2.1.3. Kualitas Informasi .....	18
2.1.4. Kepuasan Pelanggan.....	20
2.2. Penelitian Terdahulu.....	23
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	26
2.4. Kerangka Pemikiran .....	27
2.5. Hipotesis .....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	28

3.2.	Sifat Penelitian.....	28
3.3.	Lokasi dan Periode Penelitian .....	28
3.3.1.	Lokasi Penelitian .....	28
3.3.2.	Periode Penelitian.....	28
3.4.	Populasi dan Sampel.....	29
3.4.1.	Populasi .....	29
3.4.2.	Sample .....	29
3.5.	Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	30
3.5.1	Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.5.2	Alat Pengumpulan Data.....	30
3.6.	Operasional Variabel.....	31
3.6.1	Variabel Independen.....	31
3.6.2.	Variabel Dependen .....	33
3.7	Metode Analisis Data .....	35
3.7.1.	Analisis Deskriptif.....	35
3.7.2.	Uji Kualitas Data .....	35
3.7.3.	Uji Asumsi Klasik .....	37
3.7.4.	Uji Pengaruh.....	38
3.7.5.	Uji Hipotesis.....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>40</b>
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden .....	40
4.2.1.	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
4.2.2.	Data Responden Berdasarkan Usia .....	41
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden .....	42
4.3.1.	Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X1) .....	42
4.3.2.	Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X2) .....	43
4.3.3.	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Informasi (X3).....	44
4.3.4.	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....	45
4.4.	Pengujian Hipotesis .....	47
4.4.1	Hasil Uji Kualitas Data.....	47

4.4.2.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	49
4.4.3.	Hasil Uji Pengaruh .....	54
4.4.4.	Hasil Uji Hipotesis .....	56
4.5.	Pembahasan .....	58
4.5.1.	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan .....	58
4.5.2.	Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan .....	58
4.5.3.	Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	58
4.5.4.	Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	59
4.6.	Implikasi Hasil Penelitian.....	59
4.6.1.	Implikasi Teoritis.....	59
4.6.2.	Implikasi Praktis.....	60
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>61</b>
5.2	Kesimpulan.....	61
5.2	Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>63</b>
<b>LAMPIRAN</b>		
<b>Lampiran 1. Pendukung Penelitian</b>		
<b>Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup</b>		
<b>Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian</b>		

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1</b> Kerangka Pemikiran.....	27
<b>Gambar 4. 1</b> Diagram Histogram.....	50
<b>Gambar 4. 2</b> Diagram Normal P-P Plot of Regression Standardizer Residual	50

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1</b>	Hasil Prasurvey Citra Merek PT Adaban Makmur Sukses.....	4
<b>Tabel 1. 2</b>	Data Promosi PT Adaban Makmur Sukses.....	5
<b>Tabel 2. 1</b>	Penelitian Terdahulu .....	23
<b>Tabel 3. 1</b>	Skala Likert.....	31
<b>Tabel 3. 2</b>	Operasional Variabel .....	33
<b>Tabel 4. 1</b>	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
<b>Tabel 4. 2</b>	Data Responden Berdasarkan Usia .....	41
<b>Tabel 4. 3</b>	Hasil Pernyataan Variabel Citra Merek .....	42
<b>Tabel 4. 4</b>	Hasil Pernyataan Variabel Promosi .....	43
<b>Tabel 4. 5</b>	Hasil Pernyataan Variabel Kualitas Informasi.....	44
<b>Tabel 4. 6</b>	Hasil Pernyataan Variabel Kepuasan Pelanggan .....	45
<b>Tabel 4. 7</b>	Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1) .....	47
<b>Tabel 4. 8</b>	Hasil Uji Validitas Promosi (X2).....	47
<b>Tabel 4. 9</b>	Hasil Uji Validitas Kualitas Informasi (X3).....	48
<b>Tabel 4. 10</b>	Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	48
<b>Tabel 4. 11</b>	Hasil Uji Realibilitas.....	49
<b>Tabel 4. 12</b>	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test .....	51
<b>Tabel 4. 13</b>	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	52
<b>Tabel 4. 14</b>	Hasil Uji Multikolinearitas .....	53
<b>Tabel 4. 15</b>	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	54
<b>Tabel 4. 16</b>	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	55
<b>Tabel 4. 17</b>	Hasil Uji t.....	56
<b>Tabel 4. 18</b>	Hasil Uji F.....	57

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3. 1</b> Korelasi Pearson Product Moment.....	36
<b>Rumus 3. 2</b> Rumus Cronbach Aplh .....	36
<b>Rumus 3. 3</b> Regresi Linear Berganda .....	38