

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PT VIZTA ALPHA PRAKARSA DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

Darsono

140910159

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PT VIZTA ALPHA PRAKARSA DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

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



DISUSUN OLEH :

Darsono

140910159

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Nama : Darsono
NPM : 140910159
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT VIZTA ALPHA PRAKARSA DI KOTA BATAM

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 skripsi. 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 Mei 2018

Materai 6000

Darsono
140910159

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PT VIZTA ALPHA PRAKARSA DI KOTA
BATAM**

**Oleh:
Darsono
140910159**

SKRIPSI

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

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

Batam, 07 Mei 2018

Wasiman, S.E., M.M.

Pembimbing

ABSTRAK

Dunia pemasaran tidak bisa terhindar dari namanya persaingan, hal ini dapat dilihat dari banyaknya kemunculan perusahaan-perusahaan baru yang ingin menguasai dunia bisnis, salah satu syarat yang perlu dilakukan perusahaan untuk mencapai sukses dalam persaingan yang semakin ketat ini dengan cara menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan memberikan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami kelangsungan hidup perusahaan tersebut dengan berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen, karena ini semua sangat tergantung pada kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Vizta Alpha Prakarsa. Sampel yang diambil dengan teknik *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*, dan teknik pengumpulan data menggunakan metode survey melalui kuesioner. Ukuran besarnya sampel yang diambil dengan menggunakan rumus slovin adalah sebesar 171 responden. Metode pengolahan data menggunakan metode regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 21. Berdasarkan hasil pengujian, dapat diketahui bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen, Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen, serta promosi dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The world of marketing can not avoid the name of the competition, this can be seen from the many occurrences of new companies who want to dominate the business world, one of the conditions that companies need to do to achieve success in this increasingly fierce competition by creating and retaining customers. Every company should strive to produce and deliver service that consumers want at a reasonable price. By demkian, every company must be able to understand the viability of the company by trying to meet the needs and desires of consumers, because this all depends on customer satisfaction. This study aims to determine and analyze the influence of promotion and service quality on customer satisfaction at PT. Vizta Alpha Prakarsa. Samples taken with non probability sampling technique with accidental sampling method, and data collection technique using survey method through questionnaire. The size of the sample taken using the slovin formula is 171 respondents. The method of data processing using multiple linear regression method with tools of SPSS (Statistical Product and Service Solution) version 21. Based on the test results, it can be seen that the promotion has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction, positive and significant to consumer satisfaction, as well as promotion and service quality simultaneously have a positive and significant influence on customer satisfaction.

Keywords: Promotion, and Service Quality to Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Segala hormat, kemuliaan dan pujian bagi 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 Bisnis 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 Nur Elfi Husda, S.Kom, M.SI. selaku rektor Universitas Putera Batam
2. Bapak Suhardianto, S.Hum., M. Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen di Universitas Putera Batam
4. Bapak Wasiman, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang dengan tulus hati telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam memberikan bimbingan, petunjuk, perhatian dan pengarahan yang sangat berharga bagi penulis dalam rangka penulisan skripsi ini
5. Dosen dan Staf Universitas Putera Batam
6. Bapak Robin sebagai Direktur PT. Vizta Alpha Prakarsa yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di PT. Vizta Alpha Prakarsa.
7. Kedua orang tua dan segenap keluarga tercinta yang selalu mendorong, mengingatkan, dan mendukung penulis dalam menyelesaikan studi
8. Semua sahabatku dan teman-teman seperjuangan Manajemen terutama Shall win, Lido Wibowo David Erwin dan Hendri. Terima kasih atas bantuan dan dukungannya.
9. Para responden atau partisipasi dan dukungannya
10. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

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

Batam, 07 Mei 2018

Peneliti

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN.....	i
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR RUMUS	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Rumusan Masalah.....	5
1.5. Tujuan Penelitian	6
1.6. Manfaat Penelitian	6
1.6.1. Manfaat Secara Teoritis	6
1.6.2. Manfaat Secara Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Promosi.....	8
2.1.1.1. Pengertian Promosi	8
2.1.1.2. Strategi Promosi	9
2.1.1.3. Tujuan Promosi.....	9
2.1.1.4. Metode Promosi.....	10
2.1.1.5. Indikator Promosi	11
2.1.2. Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2.1.2.2. Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan	14
2.1.2.3. Kriteria Penentu Kualitas Jasa	15
2.1.2.4. Faktor-faktor Penyebab Kualitas Pelayanan	16
2.1.2.5. Indikator Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.3. Kepuasan Konsumen.....	18
2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	18
2.1.3.2. Pengukuran Kepuasan konsumen	18
2.1.3.3. Meningkatkan Kepuasan Konsumen	20
2.1.3.4. Membentuk Fokus Kepuasan konsumen	22

2.1.3.5. Indikator Kepuasan Konsumen	22
2.2. Penelitian Terdahulu	23
2.3. Kerangka Berpikir.....	28
2.4. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1. Desain Penelitian	30
3.2. Operasional Variabel.....	30
3.2.1. Variabel Bebas (Independen Variable)	31
3.2.2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	32
3.3. Populasi dan Sampel	33
3.3.1. Populasi	33
3.3.2. Sampel.....	33
3.4. Teknik Pengumpulan Data	34
3.4.1. Instrumen Penelitian	35
3.5. Metode Analisis Data.....	35
3.5.1. Analisis Deskriptif	36
3.5.2. Uji Kualitas Data	36
3.5.2.1. Pengujian Validitas Instrumen	37
3.5.2.2. Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	38
3.5.3. Uji Asumsi Klasik.....	38
3.5.3.1. Uji Normalitas	38
3.5.3.2. Uji Multikolinearitas.....	39
3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.5.4. Uji Pengaruh	39
3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda	39
3.5.4.2. Analisis Koefisien Determinasi	40
3.5.5. Uji Hipotesis	41
3.5.5.1. Uji T	41
3.5.5.2. Uji F	42
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian	43
3.6.1. Lokasi Penelitian.....	43
3.6.2. Jadwal Penelitian	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1. Hasil Penelitan	45
4.1.1. Profil Responden.....	45
4.1.1.1. Profil Responden berdasarkan Usia	45
4.1.1.2. Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.1.1.3. Profil Responden berdasarkan Pendidikan.....	47
4.1.1.4. Profil Responden berdasarkan Penghasilan	47
4.1.2. Analisis Deskriptif	48

4.1.3. Hasil Uji Kualitas Data	52
4.1.4. Hasil Uji Realibilitas Data.....	55
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik Regresi	57
4.1.5.1. Hasil Uji Normalitas	57
4.1.5.2. Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	58
4.1.5.3. Hasil Uji Multikolinearitas	59
4.1.5.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	61
4.1.6. Hasil Uji Pengaruh.....	61
4.1.6.1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.1.6.2. Koefisien Determinasi (R^2)	63
4.1.7. Uji Hipotesis	63
4.1.7.1. Uji Parsial (Uji T)	64
4.1.7.2. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	65
4.2. Pembahasan	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1. Kesimpulan.....	68
5.2. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN I : PENDUKUNG PENELITIAN	
LAMPIRAN II : DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN III : SURAT KETERANGAN PENELITIAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir	29
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas	57
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas (P-P Plot).....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1. Operasional Variabel Penelitian	32
Tabel 3. 2. Jadwal Penelitian	44
Tabel 4. 1. Profil Responden berdasarkan Usia	46
Tabel 4. 2. Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 3. Profil Responden berdasarkan Pendidikan	47
Tabel 4. 4. Profil Responden berdasarkan Penghasilan.....	48
Tabel 4. 5. Rentang Skala	48
Tabel 4. 6. Hasil Analisis Deskripsi Variabel Promosi (X1)	49
Tabel 4. 7. Hasil Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	50
Tabel 4. 8. Hasil Analisis Deskripsi Variabel Y	51
Tabel 4. 9. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X1)	53
Tabel 4. 10. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	53
Tabel 4. 12. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen(Y)	54
Tabel 4. 13. Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas	55
Tabel 4. 14. Hasil Uji Realibilitas Variabel Promosi (X1)	56
Tabel 4. 15. Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	56
Tabel 4. 17. Hasil Uji Realibilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	56
Tabel 4. 18. Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	59
Tabel 4. 19. Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4. 20. Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 4. 21. Hasil Koefisien Regresi	62
Tabel 4. 22. Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	63
Tabel 4. 23. Hasil Uji t	64
Tabel 4. 24. Hasil Uji F	65

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1. Korelasi Pearson Product Moment.....	37
Rumus 3. 2. Regresi Linear Berganda	40
Rumus 3. 3. Uji t.....	42
Rumus 3. 4. Uji F.....	43