

**PENGARUH PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI PT MATAHARI
DEPARTEMENT STORE BATAM**

SKRIPSI



Oleh:
NINA WATI
140910242

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

**PENGARUH PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI PT MATAHARI
DEPARTEMENT STORE BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh
NINA WATI
140910242**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Nina Wati
NPM/NIP : 140910242
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Matahari Departement Store 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 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 Juli 2018



**PENGARUH PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI PT MATAHARI
DEPARTEMENT STORE BATAM**

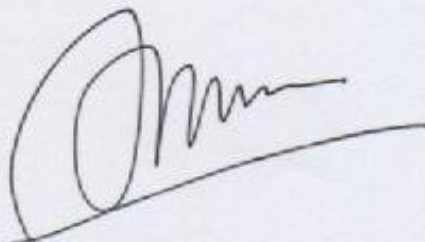
Oleh
NINA WATI
140910242

SKRIPSI

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

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

Batam, 20 Januari 2018

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nur Elfi Husda', with a long horizontal stroke extending to the right.

Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI.
Pembimbing

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT 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 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. Bapak Suhardianto, S.Hum., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Sosial Dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI, sebagai pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu dalam memberikan bimbingan dan petunjuk sampai selesainya skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staff Universitas Putera Batam.
6. Dan pihak-pihak yang telah memberikan dukungannya hingga tersusunnya penelitian ini yang tidak dapat disebutkan oleh penulis satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 28 Juli 2018

Penulis

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di PT Matahari *Departement Store* Batam. Pada penelitian ini, ukuran sampel diambil dengan menggunakan rumus Taro Yamane Tau Slovin berjumlah 234 responden yang berasal dari pelanggan PT Matahari *Departement Store* Batam. Dalam penelitian ini, proses pengambilan sampling dilakukan dengan menggunakan *cluster* atau *area sampling* yaitu teknik yang memberikan peluang yang sama bagi unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel di wilayah tertentu. Selain menggunakan cluster atau area sampling penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sistem acak. Data diambil menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala *likert*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 20.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di PT Matahari *Departement Store* Batam. Variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial dan variabel promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di PT Matahari *Departement Store* Batam.

Kata Kunci: Produk, Promosi, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of product quality variables and promotion on customer satisfaction in PT Matahari Departement Store Batam. In this study, the sample size was taken using Taro Yamane Tau Slovin formula totaling 234 respondents who came from customers of PT Matahari Departement Store Batam. In this research, sampling process is done by using cluster or sampling area that is technique giving equal opportunity for element of population to be chosen to be member of sample in certain area. Besides using cluster or sampling area this research is done by using random system. Data were collected using a questionnaire measured on a Likert scale. This study uses multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 20.0 program. The results of this study indicate that product and promotion variables simultaneously affect customer satisfaction At PT Matahari Departement Store Batam. Product quality variable has partial effect and variable promotion has partial effect on customer satisfaction in PT Matahari Departement Store Batam.

Keywords: Product, Promotion, Customer Satisfaction.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Pembatasan Masalah.....	7
1.4. Perumusan Masalah	8
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Teori Dasar	11
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2. Produk	13
2.1.2.1. Definisi Produk	13
2.1.2.2. Dimensi Kualitas Produk	20
2.1.3. Promosi.....	21
2.1.3.1. Definisi Promosi	21
2.1.3.2. Dimensi Promosi.....	25
2.1.4. Kepuasan Pelanggan.....	27
2.1.4.1. Definisi Kepuasan Pelanggan	27
2.1.4.2. Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	32
2.2. Penelitian Terdahulu	34
2.3. Kerangka Pemikiran	39
2.4. Hipotesis	41
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian	42
3.2. Operasional Variabel	46
3.2.1. Variabel Independen (Variabel Bebas)	47
3.2.2. Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	49

3.3.	Populasi dan Sampel.....	50
3.3.1.	Populasi	50
3.3.2.	Sampel Penelitian	51
3.4.	Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	53
3.4.1.	Teknik Pengumpulan Data	53
3.4.2.	Alat Pengumpulan Data.....	55
3.5.	Metode Analisis Data	57
3.5.1.	Analisis Deskriptif.....	57
3.5.2.	Uji Kualitas Data	58
3.5.2.1.	Uji Validitas Data	59
3.5.2.2.	Uji Reliabilitas	59
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik	61
3.5.3.1.	Uji Normalitas	61
3.5.3.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	62
3.5.3.3.	Uji Multikolinieritas.....	62
3.5.4.	Uji Pengaruh.....	63
3.5.4.1.	Analisis Regresi Linier Berganda	63
3.5.4.2.	Analisis Koefisien Determinasi.....	64
3.5.4.3.	Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	66
3.5.4.4.	Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)	67
3.6.	Lokasi Dan Jadwal Penelitian.....	68
3.6.1.	Lokasi Penelitian	68
3.6.2.	Jadwal Penelitian.....	70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Hasil Penelitian	71
4.1.1.	Profil Responden Penelitian	71
4.1.2.	Hasil Uji Kualitas Data.....	74
4.1.2.1.	Hasil Uji Validitas.....	74
4.1.2.2.	Hasil Uji Reliabilitas	78
4.1.3.	Hasil Asumsi Klasik.....	81
4.1.4.	Uji Pengaruh.....	87
4.1.4.1.	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	87
4.1.4.2.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>)	89
4.1.4.3.	Hasil Uji F (Simultan).....	89
4.1.4.4.	Hasil Uji t (Parsial).....	90
4.2.	Pembahasan.....	92
4.2.1.	Pengaruh Produk (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada PT Matahari Departement Store Batam	92
4.2.2.	Pengaruh Promosi (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada PT Matahari Departement Store Batam	93
4.2.3.	Pengaruh Produk (X_1) dan Promosi (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT Matahari Departement Store Batam.....	94

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan	95
------	------------------	----

5.2.	Saran	96
------	-------------	----

DAFTAR PUSTAKA	120
-----------------------------	------------

LAMPIRAN

Lampiran 1: Pendukung Penelitian

Lampiran 2: Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3: Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1. Operasional Variabel Independen (Variabel Bebas).....	48
Tabel 3.2. Operasional Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	50
Tabel 3.3. Skala Likert Pada Teknik Pengumpulan Data.....	56
Tabel 3.4. Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	65
Tabel 3.5. Jadwal Penelitian.....	70
Tabel 4.1. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4.2. Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan	72
Tabel 4.3. Persentase Responden Berdasarkan Usia	73
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Produk (X_1).....	75
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Promosi (X_2).....	76
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)	77
Tabel 4.7. Reliabilitas Variabel Produk (X_1).....	78
Tabel 4.8. Reliabilitas Variabel Promosi (X_2).....	79
Tabel 4.9. Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	80
Tabel 4.10. Hasil Uji Normalitas dengan <i>Kolmogorov Smirnov</i>	83
Tabel 4.11. Hasil Uji Autokorelasi.....	84
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinieritas.....	85
Tabel 4.13. Hasil Uji Pengaruh (Persamaan Regresi Linier Berganda)	88
Tabel 4.14. Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	89
Tabel 4.15. Uji F (Simultan).....	90
Tabel 4.16. Uji t (Parsial)	91

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Konsep Kepuasan Pelanggan.....	31
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran	40
Gambar 3.1. Desain Penelitian	42
Gambar 4.1. Grafik Persentase Jenis Kelamin Pelanggan.....	72
Gambar 4.2. Grafik Persentase Pendidikan Pelanggan	73
Gambar 4.3. Grafik Persentase Tingkat Usia Pelanggan.....	74
Gambar 4.4. Grafik Histogram	82
Gambar 4.5. Grafik <i>Normality Probability Plot (P-PPlot)</i>	82
Gambar 4.6. Durbin-Watson	85
Gambar 4.7. Uji Heteroskedastisitas	87
Gambar 4.8. Hasil Uji Statistik F	90
Gambar 4.9. Hasil Uji Statistik t (X_1 dan Y).....	91
Gambar 4.10. Hasil Uji Statistik t (X_2 dan Y).....	92

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1. Rumus Slovin.....	52
Rumus 3.2. <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	59
Rumus 3.3. <i>Cronbach Alpha</i>	60
Rumus 3.4. VIF	63
Rumus 3.5. Regresi Linier Berganda	64
Rumus 3.6. Korelasi Ganda (untuk uji R).....	65
Rumus 3.7. Uji F	66