

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI  
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA 212 MART SAGULUNG DI KOTA  
BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**Maissi Lestari**

**150910254**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2019**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI  
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA 212 MART SAGULUNG DI KOTA  
BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh :**

**Maissi Lestari  
150910254**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2019**

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain;
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing;
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 13 Februari 2019

Yang membuat pernyataan,

*Materai Rp6.000,00*

**Maissi Lestari**  
150910254

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI  
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA 212 MART SAGULUNG DI KOTA  
BATAM**

**SKRIPSI**

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

**Oleh :**

**Maissi Lestari  
150910254**

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

**Batam, 13 Februari 2019**

**Putu Hari Kurniawan, S.Sos., M.M.**

**Pembimbing**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ) dan *brand image* ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) 212 mart sagulung di Kota Batam. Penelitian ini adalah penelitian dengan metode kuantitatif dan penyebaran data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden dan kuesioner dalam penelitian ini disebarkan pada responden yang berjumlah 100 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana tidak semua populasi dalam posisi yang sama-sama memiliki peluang untuk dipilih menjadi sampel. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik pengumpulan sampel yang berdasarkan pada pertimbangan tertentu. Sedangkan untuk mengumpulkan data primer digunakan peneliti diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada responden. Selanjutnya data yang terkumpul dianalisis dengan analisis regresi linier berganda dengan bantuan alat hitung SPSS (*statistic Product Service Solution*) versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan secara simultan kualitas pelayanan ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ), *Brand Image* ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) 212 mart Sagulung di Kota Batam.

**Kata kunci :** Kualitas Pelayanan, Promosi, *Brand Image*, Kepuasan Konsumen

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of service quality ( $X_1$ ), promotion ( $X_2$ ) and brand image ( $X_3$ ) on customer satisfaction ( $Y$ ) 212 sagulung mart in Batam City. This research is a quantitative method research and the distribution of data is done by distributing questionnaires. The sample in this study is as many as 100 respondents and the questionnaire in this study was distributed to respondents totaling 100 people. The data collection technique in this study uses a non probability sampling technique, which is a sampling technique where not all populations are in a position that has the same opportunity to be selected as a sample. The method used in this sampling is purposive sampling, namely the technique of collecting samples based on certain considerations. Whereas to collect primary data researchers used obtained from questionnaires distributed to respondents. Furthermore, the collected data was analyzed by multiple linear regression analysis with the help of SPSS (statistical Product Service Solution) version 20. The results of this study show that partially and simultaneously service quality ( $X_1$ ), promotion ( $X_2$ ), Brand Image ( $X_3$ ) has a positive and significant effect on customer satisfaction ( $Y$ ) 212 mart Sagulung in Batam City.*

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

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Allah SWT 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 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 terimakasih kepada

1. Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Suhardianto, S.Hum., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Bapak Putu Hari Kurniawan, S.Sos., M.M. Selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam
5. Dosen dan staff Akademik Universitas Putera Batam
6. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Fery Alamsyah dan Ibu Kumerah yang telah berjasa besar tak henti melantukan do'a demi kelancaran skripsi maupun hal terbaik lain yang Allah SWT restui;

7. Saudara Kandung penulis yaitu Rudianto Saputra dan Gilang Ramadhan
8. Sahabat penulis Nuramaliafitra yang sudah menjadi motivator pribadi yang tanpa henti dan bosan memberi dukungan, semangat , kesabaran dan kesetiaannya menemani penulis untuk menyelesaikan skripsi ini Naneun nomu nomu saranghamnida!;
9. Sahabat penulis Arianty Viresta yang sudah berkontribusi penuh dalam menulis skripsi ini Naneun nomu Johahae!;
10. Sahabat penulis yaitu Gunartik dan Dwi Jayanti
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufikNya, Aamiin

Batam, 13 Februari 2019

Maissi Lestari



## DAFTAR ISI

|                                                         |      |
|---------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN SAMPUL DEPAN .....                              | i    |
| HALAMAN JUDUL .....                                     | ii   |
| SURAT PERNYATAAN.....                                   | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                 | iv   |
| ABSTRAK .....                                           | v    |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                   | vi   |
| KATA PENGANTAR .....                                    | vii  |
| DAFTAR ISI.....                                         | ix   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                     | xiii |
| DAFTAR TABEL .....                                      | xiv  |
| DAFTAR RUMUS .....                                      | xv   |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                    | xvi  |
| BAB I 1 PENDAHULUAN .....                               | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                                | 1    |
| 1.2 Identifikasi Masalah.....                           | 7    |
| 1.3 Batasan Masalah .....                               | 8    |
| 1.4 Rumusan Masalah.....                                | 8    |
| 1.5 Tujuan Penelitian .....                             | 9    |
| 1.6 Manfaat Penelitian .....                            | 9    |
| 1.6.1 Manfaat Teoritis .....                            | 9    |
| 1.6.2 Manfaat Praktis .....                             | 9    |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA.....                              | 11   |
| 2.1 Kajian Teoritik .....                               | 11   |
| 2.1.1 Kualitas Pelayanan.....                           | 11   |
| 2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....              | 11   |
| 2.1.1.2 Faktor-faktor buruknya Kualitas Pelayanan ..... | 13   |
| 2.1.1.3 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan .....  | 15   |

|                                |                                              |    |
|--------------------------------|----------------------------------------------|----|
| 2.1.1.4                        | Indikator Kualitas Pelayanan .....           | 17 |
| 2.1.2                          | Promosi .....                                | 18 |
| 2.1.2.1                        | Pengertian Promosi .....                     | 18 |
| 2.1.2.2                        | Bauran Promosi ( <i>Promotion Mix</i> )..... | 19 |
| 2.1.2.3                        | Tujuan Promosi.....                          | 20 |
| 2.1.2.4                        | Indikator Promosi.....                       | 21 |
| 2.1.3                          | <i>Brand Image</i> .....                     | 21 |
| 2.1.3.1                        | Pengertian <i>Brand</i> .....                | 21 |
| 2.1.3.1                        | Manfaat <i>Brand</i> .....                   | 22 |
| 2.1.3.2                        | Indikator <i>Brand Image</i> .....           | 24 |
| 2.1.4                          | Kepuasan Konsumen .....                      | 25 |
| 2.1.4.1                        | Pengertian Kepuasan Konsumen .....           | 25 |
| 2.1.4.2                        | Manfaat Kepuasan Konsumen .....              | 26 |
| 2.1.4.2                        | Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen .....    | 27 |
| 2.1.4.3                        | Indikator Kepuasan Konsumen.....             | 28 |
| 2.2                            | Penelitian Terdahulu .....                   | 28 |
| 2.3                            | Kerangka Berpikir.....                       | 31 |
| 2.4                            | Hipotesis .....                              | 31 |
| BAB III DESAIN PENELITIAN..... |                                              | 33 |
| 3.1                            | Desain Penelitian .....                      | 33 |
| 3.2                            | Operasional Variabel .....                   | 33 |
| 3.2.1                          | Variabel <i>Independen</i> ( bebas ) .....   | 33 |
| 3.2.2                          | Variabel <i>Dependen</i> (Terikat) .....     | 35 |
| 3.3                            | Populasi dan Sampel .....                    | 36 |
| 3.3.1                          | Populasi.....                                | 36 |
| 3.3.2                          | Sampel.....                                  | 36 |
| 3.3.3                          | Teknik pengambilan sampel .....              | 37 |
| 3.4                            | Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....       | 38 |
| 3.4.1                          | Jenis Data .....                             | 38 |
| 3.4.2                          | Sumber Data.....                             | 38 |
| 3.4.2.1                        | Data Primer .....                            | 38 |

|                                              |                                                            |    |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------|----|
| 3.4.2.2                                      | Data Sekunder .....                                        | 39 |
| 3.4.3                                        | Pengumpulan Data .....                                     | 39 |
| 3.5                                          | Metode Analisis Data .....                                 | 40 |
| 3.5.1                                        | Analisis Deskriptif .....                                  | 40 |
| 3.5.2.                                       | Uji Kualitas Data.....                                     | 41 |
| 3.5.2.1                                      | Uji Validitas .....                                        | 41 |
| 3.5.2.1                                      | Uji Reliabilitas .....                                     | 42 |
| 3.5.3                                        | Uji Asumsi Klasik.....                                     | 43 |
| 3.5.3.1                                      | Uji Normalitas.....                                        | 43 |
| 3.5.3.2                                      | Uji Multikolinieritas.....                                 | 43 |
| 3.5.3.3                                      | Uji Heteroskedastisitas.....                               | 44 |
| 3.5.4                                        | Uji Hipotesis .....                                        | 44 |
| 3.5.4.1                                      | Pengujian Secara Simultan (Uji F) .....                    | 45 |
| 3.5.4.2                                      | Pengujian Secara Parsial (Uji t) .....                     | 46 |
| 3.5.5                                        | Uji Pengaruh .....                                         | 47 |
| 3.5.5.1                                      | Analisis Regresi Liner Berganda .....                      | 47 |
| 3.5.3.2                                      | Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....                       | 48 |
| 3.6                                          | Lokasi dan Jadwal Penelitian.....                          | 49 |
| 3.6.1                                        | Lokasi Penelitian.....                                     | 49 |
| 3.6.2                                        | Jadwal penelitian.....                                     | 49 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... |                                                            | 51 |
| 4.1                                          | Hasil Penelitian .....                                     | 51 |
| 4.1.1                                        | Profil Responden.....                                      | 51 |
| 4.1.1.2                                      | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....    | 52 |
| 4.1.1.3                                      | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....              | 52 |
| 4.1.4                                        | Karakter Responden Berdasarkan Pernah Berbelanja .....     | 53 |
| 4.2                                          | Hasil Penelitian .....                                     | 54 |
| 4.2.1.                                       | Analisis Deskriptif .....                                  | 54 |
| 4.2.1.1                                      | Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1) ..... | 54 |
| 4.2.1.2                                      | Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X2).....             | 59 |
| 4.2.1.3                                      | Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> (X3).....  | 63 |

|         |                                                                            |    |
|---------|----------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.2.1.4 | Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y1).....                   | 68 |
| 4.3     | Hasil Uji Kualitas Data .....                                              | 71 |
| 4.3.1   | Hasil Uji Validitas Data .....                                             | 71 |
| 4.3.1.1 | Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan .....                            | 72 |
| 4.3.1.2 | Uji Validitas Variabel Promosi (X2) .....                                  | 73 |
| 4.3.1.3 | Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X3) .....                                | 73 |
| 4.3.1.4 | Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y) .....                                  | 74 |
| 4.3.2   | Hasil Uji Reliabilitas Data .....                                          | 74 |
| 4.3.2.1 | Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> ) ..... | 75 |
| 4.3.2.2 | Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X <sub>2</sub> ).....             | 75 |
| 4.3.2.3 | Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Image (X <sub>3</sub> ) .....        | 76 |
| 4.3.2.4 | Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....                | 76 |
| 4.4.    | Uji Asumsi Klasik.....                                                     | 77 |
| 4.4.1   | Hasil Uji Normalitas .....                                                 | 77 |
| 4.4.2   | Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....                                         | 78 |
| 4.4.3   | Hasil Uji Multikolinearitas .....                                          | 79 |
| 4.4.4   | Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                                        | 80 |
| 4.5     | Hasil Uji Hipotesis .....                                                  | 81 |
| 4.5.1   | Hasil Uji Parsial (Uji t) .....                                            | 81 |
| 4.5.2   | Hasil Uji Simultan (Uji F).....                                            | 82 |
| 4.6     | Uji Pengaruh .....                                                         | 83 |
| 4.6.1   | Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....                                     | 83 |
| 4.6.2   | Hasil Uji Koefisien Determinansi (R <sup>2</sup> ) .....                   | 85 |
| 4.7     | Pembahasan.....                                                            | 85 |
| BAB V   | SIMPULAN DAN SARAN.....                                                    | 88 |
| 4.4     | Simpulan .....                                                             | 88 |
| 5.2     | Saran .....                                                                | 89 |
|         | DAFTAR PUSTAKA .....                                                       | 88 |
|         | DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....                                                  | 91 |
|         | SURAT KETERANGAN PENELITIAN .....                                          | 92 |
|         | KUESIONER PENELITIAN.....                                                  | 93 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Data Konsumen Tahun 2018.....                                                                             | 6  |
| Gambar 2. 1 Kerangka berpikir.....                                                                                    | 31 |
| Gambar 4. 1 Karyawan 212 <i>mart</i> bersikap ramah kepada saya sehingga saya merasa aman saat bertransaksi .....     | 55 |
| Gambar 4. 2 karyawan 212 <i>mart</i> memberikan pelayanan secara maksimal kepada saya.....                            | 56 |
| Gambar 4. 3 212 <i>mart</i> selalu berusaha menciptakan komunikasi dan hubungan yang baik kepada konsumen .....       | 57 |
| Gambar 4. 4 Karyawan 212 <i>mart</i> merespon dengan baik apa yang menjadi keluhan konsumen.....                      | 58 |
| Gambar 4. 5 212 <i>mart</i> menjaga kerapian toko agar tetap nyaman bagi konsumen .....                               | 59 |
| Gambar 4. 6 iklan dan slogan 212 <i>mart</i> mudah dipahami dan diingat oleh konsumen .....                           | 60 |
| Gambar 4. 7 212 <i>mart</i> sering melakukan promosi berkala .....                                                    | 61 |
| Gambar 4. 8 Promosi yang dilakukan 212 <i>mart</i> secara terus menerus membuat saya tertarik untuk berbelanja .....  | 62 |
| Gambar 4. 9 Karyawan 212 <i>mart</i> memberitahu langsung mengenai promosi kepada konsumen .....                      | 63 |
| Gambar 4. 10 Produk yang dijual 212 <i>mart</i> mempunyai kualitas yang baik.....                                     | 64 |
| Gambar 4. 11 212 <i>mart</i> mampu menjaga produk tetap bersih sehingga keawetan dan daya tahan produk terjamin ..... | 65 |
| Gambar 4. 12 Produk yang ditawarkan 212 <i>mart</i> bervariasi dan berkualitas .....                                  | 66 |
| Gambar 4. 13 Harga produk yang ditawarkan 212 <i>mart</i> lebih murah dari para pesaing.....                          | 67 |
| Gambar 4. 14 Lokasi 212 <i>mart</i> sangat strategis.....                                                             | 68 |
| Gambar 4. 15 Kinerja pelayanan 212 <i>mart</i> secara menyeluruh lebih baik dibandingkan dengan pesaing .....         | 69 |
| Gambar 4. 16 Harga yang ditawarkan 212 <i>mart</i> bervariasi .....                                                   | 70 |
| Gambar 4. 17 Saya akan merekomendasikan orang lain untuk berbelanja di 212 <i>mart</i> .....                          | 71 |
| Gambar 4. 18 Hasil Uji Normalitas.....                                                                                | 77 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4. 1 Indeks Jenis Kelamin Responden .....                            | 52 |
| Tabel 4. 2 Indeks Usia Responden .....                                     | 52 |
| Tabel 4. 3 Indeks Usia Responden .....                                     | 53 |
| Tabel 4. 4 Kriteria Analisis Deskriptif .....                              | 54 |
| Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) ..... | 72 |
| Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi ( $X_2$ ) .....            | 73 |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> ( $X_3$ ) ..... | 73 |
| Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....        | 74 |
| Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan ( $X_1$ ) .....             | 75 |
| Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Variabel Promosi ( $X_2$ ) .....              | 75 |
| Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> ( $X_3$ ) .....   | 76 |
| Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....          | 76 |
| Tabel 4. 13 Hasil uji Kolmogorov-smirnov .....                             | 78 |
| Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Multikolinearitas .....                        | 79 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                            | 80 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....                                | 81 |
| Tabel 4. 17 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....                               | 82 |
| Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....                        | 83 |
| Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinansi ( $R^2$ ) .....               | 85 |

## DAFTAR RUMUS

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| Rumus 3. 1 Rumus Sampel Slovin.....                     | 36 |
| Rumus 3. 2 Korelasi <i>Pearson Product Moment</i> ..... | 41 |
| Rumus 3. 3 <i>Chi Square</i> .....                      | 44 |
| Rumus 3. 4 Uji F .....                                  | 45 |
| Rumus 3. 5 Uji t.....                                   | 46 |
| Rumus 3. 6 Regresi Linier Berganda .....                | 47 |
| Rumus 3. 7 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....         | 48 |
| Rumus 3. 8 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....         | 48 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1 KUESIONER  
LAMPIRAN 2 RESPONDEN  
LAMPIRAN 3 HASIL UJI KUALITAS DATA  
LAMPIRAN 4 UJI ASUMSI KLASIK  
LAMPIRAN 5 UJI HIPOTESIS  
LAMPIRAN 6 UJI PENGARUH  
LAMPIRAN 7 TABEL  $r$   
LAMPIRAN 8 TABEL  $t$   
LAMPIRAN 9 TABEL  $F$