

**PENGARUH PROMOSI DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT  
PICOJAYA TELESINDO**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Rita Novrianty  
190910118**

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

**PENGARUH PROMOSI DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT  
PICOJAYA TELESINDO**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:  
Rita Novrianty  
190910118**

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

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Rita Novrianty

NPM : 190910118

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

**“Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Picojaya Telesindo”**

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, 24 Juli 2023



**Rita Novrianty**

190910118

**PENGARUH PROMOSI DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT  
PICOJAYA TELESINDO**

**SKRIPSI**

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

**Oleh  
Rita Novrianty  
190910118**

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

**Batam, 24 Juli 2023**



**David Humala Sitorus., S.E., M.M.  
Pembimbing**



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tentang dampak dari promosi dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Picojaya Telesindo. Pendekatan deskriptif digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi akan terdiri dari 159 konsumen yang melakukan pembelian berbagai produk pada PT Picojaya Telesindo, yang jumlahnya ditentukan berdasarkan tabel jumlah konsumen pada bulan Februari 2023. Untuk menentukan ukuran sampel, rumus *Slovin* digunakan, dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 114 responden melalui pendekatan *simple random sampling*. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan model regresi linier berganda, dan perangkat lunak SPSS digunakan untuk menguji pada pengujian uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis penelitian. Hasil pengujian regresi linier berganda menunjukkan bahwa promosi memberikan pengaruh sebesar 34,6% terhadap kepuasan pelanggan. Sementara kepercayaan memberikan pengaruh sebesar 43,2% terhadap kepuasan nasabah. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa 61,1% kepuasan pelanggan pada PT Picojaya Telesindo dapat dijelaskan oleh faktor-faktor seperti kepercayaan serta promosi. Temuan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kepercayaan dan promosi dengan kepuasan pelanggan pada PT Picojaya Telesindo.

**Kata Kunci:** Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, Promosi.

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine the impact of promotion and trust on customer satisfaction at PT Picojaya Telesindo. Descriptive approach used in this study using quantitative methods. The population will consist of 159 consumers who purchase various products at PT Picojaya Telesindo, the number of which is determined based on the number of consumers in February 2023. To determine the sample size, the Slovin formula is used, and a total sample of 114 respondents is obtained using a simple random sampling approach. The collected data were analyzed using multiple linear regression models, and SPSS software was used to test the data quality test, classical assumption test, influence test and research hypothesis test. The results of multiple linear regression testing show that promotions have an effect of 34.6% on customer satisfaction. Meanwhile, trust has an influence of 43.2% on customer satisfaction. The coefficient of determination ( $R^2$ ) shows that 61.1% of customer satisfaction at PT Picojaya Telesindo can be explained by factors such as trust and promotion. The findings from the research results indicate that there is a positive and significant relationship between trust and promotion with customer satisfaction at PT Picojaya Telesindo.*

**Keywords:** *Customer satisfaction, Promotion, Trust.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud 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 Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak David Humala Sitorus., S.E., M.M. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak PT Picojaya Telesindo dan responden yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 24 Juli 2023



Rita Novrianty





## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah .....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
1.6.1 Secara Teoritis.....	6
1.6.2 Secara Praktis .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Teori.....	9
2.1.1 Promosi.....	9
2.1.1.1 Pengertian Promosi .....	9
2.1.1.2 Alat Promosi.....	10
2.1.1.3 Tujuan Promosi .....	12
2.1.1.4 Tahapan Promosi.....	14
2.1.1.5 Indikator Promosi .....	16
2.1.2 Kepercayaan .....	17
2.1.3.1 Pengertian Kepercayaan .....	17
2.1.3.2 Faktor Kepercayaan.....	18
2.1.3.3 Jenis Kepercayaan .....	19
2.1.3.4 Dimensi Kepercayaan.....	21
2.1.3.5 Indikator Kepercayaan .....	22
2.1.3 Kepuasan Pelanggan .....	23
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	23
2.1.4.2 Faktor Kepuasan Pelanggan .....	24
2.1.4.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	26
2.1.4.4 Bentuk Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	27
2.1.4.5 Indikator Kepuasan Pelanggan .....	28
2.2 Penelitian Terdahulu .....	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
2.3.1 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	31

2.3.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	32
2.4	Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Jenis Penelitian .....	34
3.2	Sifat Penelitian .....	34
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian .....	35
3.3.1	Lokasi Penelitian .....	35
3.3.2	Periode Penelitian .....	35
3.4	Populasi dan Sampel .....	36
3.4.1	Populasi .....	36
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel .....	36
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i> .....	37
3.5	Sumber Data .....	37
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	38
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	39
3.7.1	Variabel Independent (X) .....	39
3.7.2	Variabel <i>Dependent</i> (Y) .....	40
3.8	Metode Analisis Data .....	41
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif .....	41
3.8.2	Uji Kualitas Data .....	42
3.8.2.1	Uji Validitas .....	42
3.8.2.2	Uji Reliabilitas .....	43
3.8.3	Uji Asumsi Klasik .....	44
3.8.3.1	Uji Normalitas .....	44
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas .....	45
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	46
3.8.4	Uji Pengaruh .....	46
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	46
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	47
3.9	Uji Hipotesis .....	48
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t .....	48
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F .....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	51
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden .....	52
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	53
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian .....	54
4.3	Deskripsi Jawaban Responden .....	55
4.3.1	Deskriptif Promosi (X1) .....	56
4.3.2	Deskriptif Kepercayaan (X2) .....	57
4.3.3	Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y) .....	58
4.4	Analisis Data .....	59
4.4.1	Uji Kualitas Data .....	59

4.4.1.1 Uji Validitas .....	59
4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	61
4.4.2 Uji Asumsi Klasik .....	62
4.4.2.1 Uji Normalitas .....	62
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas .....	64
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	65
4.4.3 Uji Pengaruh.....	65
4.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	67
4.5 Pengujian Hipotesis.....	67
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	67
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji f.....	69
4.6 Pembahasan.....	70
4.6.1 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	70
4.6.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	70
4.6.3 Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	71
4.7 Implikasi Hasil Penelitian .....	72
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan.....	73
5.2 Saran.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	75
<b>Lampiran 1.</b> Pendukung Penelitian	
<b>Lampiran 2.</b> Daftar Riwayat Hidup	
<b>Lampiran 3.</b> Surat Keterangan Penelitian	

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	32
<b>Gambar 4.1</b> Uji Normalitas Dengan Histogram .....	62
<b>Gambar 4.2</b> Uji Normalitas Dengan <i>Normal P-P Plot</i> .....	63
<b>Gambar 4.3</b> Uji Heteroskedastisitas .....	65

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1.1</b> Jumlah Pelanggan PT Picojaya Telesindo .....	4
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	30
<b>Tabel 3.1</b> Periode Penelitian.....	35
<b>Tabel 3.2</b> <i>Skala Likert</i> .....	39
<b>Tabel 3.3</b> Operasional Variabel.....	40
<b>Tabel 3.4</b> Kategori Rentang Skala.....	42
<b>Tabel 4.1</b> Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
<b>Tabel 4.2</b> Profil Responden Berdasarkan Usia.....	53
<b>Tabel 4.3</b> Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
<b>Tabel 4.4</b> Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	54
<b>Tabel 4.5</b> Rentang Skala.....	55
<b>Tabel 4.6</b> Deskriptif Promosi .....	56
<b>Tabel 4.7</b> Deskriptif Kepercayaan.....	57
<b>Tabel 4.8</b> Deskriptif Kepuasan Pelanggan .....	58
<b>Tabel 4.9</b> Uji Validitas Promosi (X1).....	60
<b>Tabel 4.10</b> Uji Validitas Kepercayaan (X2).....	60
<b>Tabel 4.11</b> Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y) .....	61
<b>Tabel 4.12</b> Uji Reliabilitas.....	61
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	63
<b>Tabel 4.14</b> Uji Multikolinearitas .....	64
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	66
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Uji Analisis Koefesien Determinasi ( $R^2$ ).....	67
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji t (Parsial).....	68
<b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji f (Simultan).....	69

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
<b>Rumus 3.1</b> <i>Slovin</i> .....	36
<b>Rumus 3.2</b> Rentang Skala .....	41
<b>Rumus 3.3</b> <i>Pearson Product Moment</i> .....	43
<b>Rumus 3.4</b> <i>Alpha Crobach</i> .....	44
<b>Rumus 3.5</b> Regresi Linier Berganda .....	47
<b>Rumus 3.6</b> Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	48
<b>Rumus 3.7</b> Uji t .....	49
<b>Rumus 3.8</b> Uji F .....	50