

**PENGARUH PROMOSI DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT
SELLINDO GLOBAL PRATAMA KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Refendy
170910116**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH PROMOSI DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT
SELLINDO GLOBAL PRATAMA KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Refendy
170910116**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Refendy
NPM : 170910116
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

PENGARUH PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT SELLINDO GLOBAL PRATAMA 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 didalam 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, 22 Januari 2021



Refendy
170910116

**PENGARUH PROMOSI DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT
SELLINDO GLOBAL PRATAMA KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Refendy
170910116**

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

Batam, 22 Januari 2021



Daris Purba, S.E.I., M.S.I.



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh promosi dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT Sellindo Global Pratama yang bergerak dibidang perdagangan alat elektronik komunikasi. Fenomena fluktuasi tingkat kepuasan pelanggan di PT Sellindo Global Pratama menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan belum maksimal. Penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu variabel promosi dan variabel pelayanan. Metode teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner yang menggunakan metode *Accidental Sampling*, yang dimana populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen-konsumen yang pernah melakukan pembelian produk di PT Sellindo Global Pratama sebanyak 154 responden. Penelitian ini menggunakan metode teknik analisis data seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan juga dengan variabel pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan juga variabel promosi dan pelayanan sama-sama secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sellindo Global Pratama. Variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 41,4% terhadap kepuasan pelanggan. Sisanya sebesar 58,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang berasal dari luar penelitian ini.

Kata Kunci: Promosi, Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This research aims to analyze if there is any influence from promotion and service towards the customer satisfaction of PT Sellindo Global Pratama which engages in the field of selling electronic communication tools. The phenomenon of fluctuation of the performance of customer satisfaction for PT Sellindo Global Pratama reflects the customer satisfaction has not been maximized. This research uses two independent variables which are promotion variable and service variable. The technique used in collecting data used in this research is the distribution of questionnaire using accidental sampling method, whereby the population and sample used in this research are consumers who have purchased a product for PT Sellindo Global Pratama amounting to a total of 154 respondents. This research uses technical data analysis methods such as validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, determination coefficient test, and hypothesis test. The result of this research show that promotion variable does have positive influence and is significant towards the customer satisfaction, so is the service variable does have positive influence and is significant towards the customer satisfaction. Furthermore, promotion and service variable simultaneously does have positive influence and is significant towards the customer satisfaction of PT Sellindo Global Pratama. Variables in this research have an influence of 41,4% towards the customer satisfaction. The rest 58,6% are influenced by other variables coming from outside of this research.

Keywords: Promotion, Service, Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran 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 Manajemen Bisnis Universitas Putra 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 tidak 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 Putra Batam;
2. Bapak Hendri Herman, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putra Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Batam;
4. Bapak Daris Purba, S.E.I., M.S.I. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putra Batam;
6. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan semangat dan doanya kepada penulis;
7. Segenap Manajemen PT Sellindo Global Pratama yang telah membantu penulis dalam pengumpulan data;
8. Seluruh pelanggan PT Sellindo Global Pratama yang telah bersedia menjadi narasumber dan rela menyediakan waktunya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini;
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

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

Batam, 22 Januari 2021

Refendy



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
SKRIPSI	i
SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Perumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.6.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Teori Dasar	9
2.1.1. Promosi	9
2.1.1.1. Pengertian Promosi	9
2.1.1.2. Dimensi Promosi.....	10
2.1.1.3. Tujuan Promosi.....	11
2.1.1.4. Indikator-Indikator Promosi.....	12
2.1.2. Pelayanan	13
2.1.2.1. Pengertian Pelayanan	13

2.1.2.2.	Dimensi pelayanan.....	14
2.1.2.3.	Karakteristik Dalam Pelayanan.....	16
2.1.2.4.	Indikator-indikator pelayanan.....	16
2.1.3.	Kepuasan Pelanggan	17
2.1.3.1.	Pengertian Kepuasan Pelanggan	17
2.1.3.2.	Faktor-faktor yang Menentukan Kepuasan Pelanggan	18
2.1.3.3.	Metode-Metode untuk Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	19
2.1.3.4.	Indikator-Indikator Kepuasan Pelanggan	20
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	21
2.3.	Kerangka Pemikiran	26
2.4.	Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1	Desain Penelitian.....	34
3.2	Operasional Variabel.....	35
3.2.1	Variabel Bebas (Independent Variable).....	35
3.2.1.1	Promosi (X_1)	36
3.2.1.2	Pelayanan (X_2).....	36
3.2.2	Variabel Terikat (Dependent Variable)	36
3.2.2.1	Kepuasan Pelanggan (Y).....	37
3.3	Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1	Populasi.....	38
3.3.2	Sampel.....	38
3.4	Teknik Pengumpulan Data	39
3.4.1	Jenis-jenis Penelitian.....	39
3.4.2	Metode Pengumpulan Data.....	40
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
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	42
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.5.3.1	Uji Normalitas.....	43

3.5.3.2	Uji Multikolonieritas.....	44
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	44
3.5.4	Uji Pengaruh	44
3.5.4.1	Uji Regresi Linier Berganda	44
3.5.4.2	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	45
3.5.5	Uji Hipotesis	45
3.5.5.1	Uji t (Secara Parsial)	46
3.5.5.2	Uji F (Secara Simultan)	46
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian	47
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	47
3.6.2	Jadwal Penelitian	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Profil Responden	49
4.1.1	Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.1.2	Deskripsi Responden berdasarkan Usia.....	49
4.1.3	Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
4.2	Analisis Deskriptif.....	51
4.2.1	Analisis Deskriptif Promosi (X1)	51
4.2.2	Analisis Deskriptif Pelayanan (X2)	53
4.2.3	Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y)	54
4.3	Analisis Deskriptif.....	56
4.3.1	Hasil Uji Validitas.....	56
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	58
4.4	Uji Asumsi Klasik	59
4.4.1	Uji Normalitas.....	59
4.4.2	Uji Multikolonieritas.....	61
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	62
4.5	Uji Pengaruh.....	63
4.5.1	Analisis Regresi Linear Berganda	63
4.5.2	Analisis Koefisien Determinasi	65
4.6	Uji Pengaruh.....	66
4.6.1	Uji t (Parsial).....	66

4.6.2	Uji F (Simultan)	68
4.7	Pembahasan	70
4.7.1	Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Sellindo Global Pratama	70
4.7.2	Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Sellindo Global Pratama.....	70
4.7.3	Pengaruh Promosi dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Sellindo Global Pratama	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		74
5.1	Simpulan.....	74
5.2	Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN.....		1

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1. Uji Normalitas Kurva Histogram	59
Gambar 4.2. Uji Normalitas Grafik Normal P- P Plot	60

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Tabel Data Keluhan.....	4
Tabel 3.1. Operasional Variabel Penelitian	37
Tabel 3.2. Penentuan Skor Jawaban Kuesioner.....	40
Tabel 3.3. Penentuan Skor Jawaban Kuesioner.....	41
Tabel 3.4. Jadwal Penelitian.....	47
Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	50
Tabel 4.4. Hasil Analisis Deskripsi Promosi (X1).....	52
Tabel 4.5. Hasil Analisis Deskripsi Pelayanan (X2).....	53
Tabel 4.6. Hasil Analisis Deskripsi Kepuasan Pelanggan (Y).....	55
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Promosi (X1).....	57
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Pelayanan (X2).....	57
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	58
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas Data.....	59
Tabel 4.11. Hasil Uji One Sample Kolmogorov Smirnov.....	61
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinieritas.....	62
Tabel 4.13. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	63
Tabel 4.14. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.15. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	66
Tabel 4.16. Tabel Coefficient Uji t.....	67
Tabel 4.17. Hasil Uji F (Simultan).....	69

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1. Pearson Product Moment.....	42
Rumus 3.2. Regresi Linier Berganda.....	45