

**PENGARUH KUALITAS PRODUK,
KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT
SUKSES ENERGI DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh :
Robin
170910077**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK,
KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT
SUKSES ENERGI DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh
Robin
170910077**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Robin
NPM : 170910077
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Mengatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul :

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT SUKSES ENERGI DI KOTA BATAM”.

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar 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, 27 Januari 2021
Yang membuat pernyataan,



Robin
170910077

**PENGARUH KUALITAS PRODUK,
KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT
SUKSES ENERGI DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Robin
170910077**

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

Batam, 27 Januari 2021



**Tiurniari Purba, S.E., M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Di era globalisasi dan teknologi ini, tuntutan akan perubahan di semua bidang bisnis di dunia saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada PT Sukses Energi baik secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Perangkat lunak yang digunakan untuk mengelola dan menganalisis data adalah SPSS versi 25. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan nonprobability sampling sebanyak 105 responden. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh hasil uji multikolinieritas menunjukkan nilai kualitas produk sebesar $1,208 < 10$ dan *tolerance* yakni $0,828 > 0,10$, nilai kualitas pelayanan sebesar $1,188 < 10$ dan *tolerance* yakni $0,842 > 0,10$, dan nilai promosi sebesar $1,197 < 10$ dan *tolerance* yakni $0,836 > 0,10$. Karena VIF memperoleh nilai < 10 dan *tolerance* $> 0,1$, disimpulkan tidak ditemukan korelasi antara variabel bebas. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan kualitas produk nilai sig $0,352$, kualitas pelayanan nilai sig $0,773$, dan promosi nilai sig $0,309$ disimpulkan hasil penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas karena signifikan tiap variabel $> 0,05$. Disimpulkan hasil ini telah memenuhi kriteria model regresi yang baik. Hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar $25,5\%$. Hasil uji t menunjukkan nilai kualitas produk sebesar $2,344 > 1,98326$ dengan sig $0,021 < 0,05$ yang artinya kualitas produk berpengaruh positif atau signifikan terhadap kepuasan konsumen, nilai kualitas pelayanan sebesar $2,649 > 1,98326$ dengan sig $0,009 < 0,05$ yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif atau signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan nilai promosi adalah $2,625 > 1,98326$ dengan sig $0,010 < 0,05$ artinya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan hasil uji f menunjukkan nilai $12,842 > 2,69$ dengan sig $0,000 < 0,05$, sehingga secara simultan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan; Kualitas produk; Promosi; Kualitas Pelayanan.

ABSTRACT

At this era of globalization and technology, demands for change in all areas of business in the world today. This study aims to determine the effect of product quality, service quality, and promotion on customer satisfaction at PT Sukses Energi either partially or simultaneously. This type of research used in this research is descriptive research that uses a quantitative approach. The software used to manage and analyze data is SPSS version 25. Sampling in this study using nonprobability sampling of 105 respondents. Based on the test results, the multicollinearity test results showed that the product quality value was $1.208 < 10$ and tolerance was $0.828 > 0.10$, the service quality value was $1.188 < 10$ and tolerance was $0.842 > 0.10$, and the promotion value was $1.197 < 10$ and tolerance is $0.836 > 0.10$. Because VIF has a value of < 10 and tolerance > 0.1 , it is concluded that there is no correlation between the independent variables. The results of the heteroscedasticity test showed product quality with sig value of 0.352, service quality with sig value of 0.773, and promotion of sig value of 0.309. It can be concluded that the results of this study do not experience symptoms of heteroscedasticity because the significance of each variable is > 0.05 . It is concluded that these results have met the criteria for a good regression model. The result of the coefficient of determination (R^2) is 25.5%. The t test results show that the value of product quality is $2.344 > 1.98326$ with sig $0.021 < 0.05$, which means that product quality has a positive or significant effect on customer satisfaction, the value of service quality is $2.649 > 1.98326$ with sig $0.009 < 0.05$, which means that service quality has a positive or significant effect on satisfaction. consumers, and the value of promotion is $2.625 > 1.98326$ with sig $0.010 < 0.05$, it means that promotion has a significant positive effect on customer satisfaction.

Keywords: *Customer Satisfaction; Product Quality; Promotion; Service Quality.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur ucapkan kepada 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 Progra Studi 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. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S. Kom., M.SI.
2. Dekan Fakultas Bapak Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si.
3. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Mauli Siagian, S. Kom., M.Si.
4. Ibu Tiurniani Purba, S.E., M.M. bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam memberikan bimbingan, petunjuk, perhatian dan pengarahan yang sangat berharga bagi penulis hingga tersusun skripsi ini.
5. Bapak/Ibu, selaku Dosen Penguji Skripsi yang mana telah meluangkan waktu untuk menguji kemampuan penulis demi kemajuan penulis.
6. Seluruh Dosen Pengajar di Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan selama penulis mengikuti perkuliahan.
7. Kedua Orangtua penulis, Bapak Oman dan Ibu Surianti, serta saya selalu memberikan doa, dukungan, nasehat dan perhatiannya dalam penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat – sahabat dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan mendukung hingga selesainya skripsi ini.

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

Batam, 27 Januari 2021



Robin

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.6.2 Manfaat Praktis	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Teori Dasar.....	11
2.1.1 Kualitas Produk.....	11
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk.....	11
2.1.1.2 Faktor Kualitas Produk	12
2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk.....	12
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	13
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	13
2.1.2.2 Faktor Kualitas Pelayanan	13
2.1.2.3 Indikator-indikator Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.3 Promosi	15
2.1.3.1 Pengertian Promosi	15
2.1.3.2 Ciri-ciri Promosi	16
2.1.3.3 Indikator-indikator Promosi.....	16
2.1.4 Kepuasan Konsumen.....	17
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	17
2.1.4.2 Faktor-faktor Kepuasan Konsumen	17
2.1.4.3 Indikator-indikator Kepuasan Konsumen	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	20
2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	20
2.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	21
2.4 Hipotesis	21

BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Operasional Variabel	23
3.2.1 Variabel Independen	23
3.2.2 Variabel Dependen.....	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	27
3.3.1 Populasi.....	27
3.3.2 Sampel.....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5 Metode Analisis Data.....	29
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	29
3.5.2 Uji Kualitas Data.....	30
3.5.2.1 Uji Validitas.....	30
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	31
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.5.3.1 Uji Normalitas.....	33
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas	33
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	34
3.5.4 Uji Pengaruh	34
3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	34
3.5.4.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	35
3.5.5 Uji Hipotesis	35
3.5.5.1 Uji T.....	35
3.5.5.2 Uji F	36
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	36
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	36
3.6.2 Jadwal Penelitian.....	36
BAB IV	38
HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Profil Responden.....	38
4.1.1 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.1.2 Profil Responden berdasarkan Usia	38
4.1.3 Profil Responden berdasarkan Pekerjaan.....	39
4.1.4 Profil Responden berdasarkan Pendapatan	39
4.2 Analisis Deskriptif	40
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X_1)	40
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	42
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X_3).....	43
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	44
4.3 Hasil Uji Kualitas Data	45
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	45
4.3.1.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1).....	45
4.3.1.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2).....	46
4.3.1.3 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X_3)	47
4.3.1.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	47
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas Data	48
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	48

4.4.1 Hasil Uji Normalitas	48
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	50
4.5 Hasil Uji Pengaruh.....	51
4.5.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
4.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	53
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	53
4.6.1 Uji T (Parsial)	53
4.6.2 Hasil Uji F.....	54
4.7 Pembahasan.....	54
4.7.1 Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.....	54
4.7.2 Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen	55
4.7.3 Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen	55
4.7.4 Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi berpengaruh signifikan secara terhadap kepuasan konsumen.....	55
BAB V.....	57
SIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Simpulan.....	57
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	
Lampiran 1 Pendukung Penelitian	
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	21
Gambar 4.1 Histogram Regression Residual	49
Gambar 4.2 Normal P-P Plot Regression Standardized	49

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan dari Bulan Januari – Bulan Desember 2019	4
Tabel 1.2 Data Komplain Kualitas Pelayanan dari Bulan Januari – Bulan Desember 2019	5
Tabel 1.3 Data Promosi dari Bulan Januari 2019 – Bulan Desember 2019	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Definisi Operasi Variabel	26
Tabel 3.2 Skala Likert	28
Tabel 3.3 Rentang Skala Penulisan	30
Tabel 3.4 Indeks Koefisien Reliabilitas	32
Tabel 3.5 Jadwal Penelitian	36
Tabel 4.1 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Profil Responden berdasarkan Usia	38
Tabel 4.3 Profil Responden Pekerjaan	39
Tabel 4.4 Profil Responden Pendapatan	40
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Kualitas Produk	40
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Kualitas Pelayanan ...	42
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Promosi	43
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Kepuasan Konsumen.	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X3)	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	48
Tabel 4.14 Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	49
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas	50
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	53
Tabel 4.19 Hasil Uji T	53
Tabel 4.20 Hasil Uji F	54

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rentang Skala	29
Rumus 3.2 Uji Validitas	31
Rumus 3.3 Uji Reliabilitas	32
Rumus 3.4 Uji Normalitas	33
Rumus 3.5 Uji Multikolinieritas	34
Rumus 3.6 Regresi Linier Berganda	34
Rumus 3.7 Uji T	35
Rumus 3.8 Uji F	36