

**PENGARUH SALES PROMOTION, KUALITAS
PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT
ELANG DWI MITRA**

SKRIPSI



**Oleh
Hendi
170910055**

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

**PENGARUH SALES PROMOTION, KUALITAS
PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT
ELANG DWI MITRA**

SKRIPSI

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



**Oleh
Hendi
170910055**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Hendi
NPM : 170910055
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

Pengaruh Sales Promotion, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Elang Dwi Mitra

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 di dalam 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, 22 Januari 2021



Hendi

170910055

**PENGARUH SALES PROMOTION, KUALITAS
PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT
ELANG DWI MITRA**

SKRIPSI

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

**Oleh
Hendi
170910055**

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

Batam, 22 Januari 2021



**Triana Ananda Rustam, S.E., M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Loyalitas pelanggan menjadi peran yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai macam aspek seperti *sales promotion*, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan lain-lain terhadap suatu perusahaan. PT Elang Dwi Mitra memiliki banyak kendala karena kurangnya penawaran terbaru, follow up ke pelanggan yang sudah tidak berlangganan, pengiriman yang lambat, pelayanan yang tidak baik, pelanggan tidak puas dengan apa yang mereka terima dan lain-lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *sales promotion*, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan atas loyalitas pelanggan di PT Elang Dwi Mitra. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh yang merupakan pengambilan semua populasi sebagai sampel sebanyak 112 responden. Penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 untuk mengolah data dari hasil kuesioner dan teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah penyebaran kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian bahwa *sales promotion* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Elang Dwi Mitra. Sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Elang Dwi Mitra dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Elang Dwi Mitra. Secara simultan *sales promotion*, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen terhadap PT Elang Dwi Mitra.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan; Kualitas Pelayanan; Loyalitas Pelanggan; *Sales Promotion*.

ABSTRACT

Customer loyalty is become a very important role in a company. Customer loyalty can be effect by various aspects such as sales promotion, service quality, customer satisfaction and others to a company. PT Elang Dwi Mitra has many shortcomings due to a lack of new offers, follow up customer that stop purchasing, slow delivery, poor service, unsatisfied customers with what they receive and so on. This research has the purpose to find out how the effect of sales promotion, service qualtiy and customer satisfaction on customer loyalty at PT Elang Dwi Mitra. The sample to be used in this study is saturated sampling which is the taking of all populations as a sample of 112 respondents. This study uses SPSS version 25 to process data from the results of questionnaires and data collection techniques that will be used are questionnaires. Based on the result that sales promotion has a positive and insignificant effect on customer loyalty toward PT Elang Dwi Mitra. While service quality has a positive and significant effect on customer loyalty at PT Elang Dwi Mitra and customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty at PT Elang Dwi Mitra. Simultaneously that sales promotion, service quality and customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty toward PT Elang Dwi Mitra.

Keyword: Customer Loyalty; Customer Satisfaction; Sales Promotion; Service Quality.

KATA PENGANTAR

Namo Buddhaya puji syukur atas 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 sastra satu (S1) pada Progam Studi Manajemen di 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 proposal ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih pada:

1. Rektor Universitas Putera Batam, Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si.;
2. Dekan Fakultas Manajemen sekaligus Pembimbing Akademik Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam, Bapak Hendri Herman, S.E., M.Si.;
3. Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam, Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.;
4. Ibu Triana Ananda Rustam, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis;
6. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan semangat untuk saya;
7. Teman-teman yang senantiasa memberikan motivasi dan dorongan untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini;
8. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan serta bantuan selama penyusunan tugas akhir ini.

Semoga tuhan membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Saddhu Saddhu Saddhu.

Batam, 22 Januari 2021

Hendi
170910055

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.6.1 Manfaat Teoritis	8
1.6.2 Manfaat Praktis	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 <i>Sales Promotion</i>	10
2.1.1.1 Pengertian <i>Sales Promotion</i>	10
2.1.1.2 Tujuan <i>Sales Promotion</i>	11
2.1.1.3 Dimensi <i>Sales Promotion</i>	11
2.1.1.4 Indikator-indikator <i>Sales Promotion</i>	12
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	12

2.1.2.2	Ciri-ciri Kualitas Pelayanan.....	13
2.1.2.3	Asas-asas Kualitas Pelayanan	14
2.1.2.4	Indikator-indikator Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.3	Kepuasan Pelanggan.....	15
2.1.3.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan	15
2.1.3.2	Tingkat-Tingkat Kepuasan Pelanggan	16
2.1.3.3	Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan	17
2.1.3.4	Indikator-Indikator Kepuasan Pelanggan	18
2.1.4	Loyalitas Pelanggan.....	18
2.1.4.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan	18
2.1.4.2	Tipe-tipe Loyalitas Pelanggan.....	19
2.1.4.3	Tingkat Loyalitas Pelanggan	20
2.1.4.4	Indikator-indikator Loyalitas Pelanggan.....	21
2.2	Penelitian Terdahulu.....	22
2.3	Kerangka Pemikiran	24
2.3.1	Pengaruh <i>Sales Promotion</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	24
2.3.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	25
2.3.3	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	25
2.3.4	Kerangka Pemikiran	25
2.4	Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III.....		27
METODE PENELITIAN		27
3.1	Desain Penelitian	27
3.2	Operasional Variabel.....	27
3.2.1	Variabel Independen.....	28
3.2.2	Variabel Dependen	29
3.3	Populasi dan Sampel	31
3.3.1	Populasi	31
3.3.2	Sampel	31
3.4	Teknik dan Alat Pengumpulan Data	31
3.4.1	Angket (Kuesioner)	31
3.5	Metode Analisis Data	32
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	32
3.5.2	Uji Kualitas Data.....	33

3.5.2.1	Uji Validitas Data	33
3.5.2.2	Uji Reliabilitas.....	34
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.5.3.1	Uji Normalitas	34
3.5.3.2	Uji Multikolinearitas.....	35
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas	35
3.5.4	Uji Pengaruh	35
3.5.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda	35
3.5.4.2	Analisis Koefisien Determinasi.....	36
3.5.5	Uji Hipotesis	37
3.5.5.1	Uji T.....	37
3.5.5.2	Uji F	37
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian	38
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	38
3.6.2	Jadwal Penelitian.....	38
BAB IV	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1	Hasil Penelitian.....	39
4.1.1	Profil Responden.....	39
4.1.1.1	Hasil Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.1.1.2	Hasil Profil Responden Berdasarkan Umur.....	40
4.1.1.3	Hasil Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	40
4.1.2	Hasil Analisis Deskriptif.....	41
4.1.2.1	Variabel <i>Sales Promotion</i> (X1).....	42
4.1.2.2	Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	43
4.1.2.3	Variabel Kepuasan Pelanggan (X3)	44
4.1.2.4	Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	45
4.1.3	Hasil Uji Kualitas Data	46
4.1.3.1	Hasil Uji Validitas Data	46
4.1.3.2	Hasil Uji Reliabilitas Data	49
4.1.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	50
4.1.4.1	Hasil Uji Normalitas	50
4.1.4.2	Hasil Uji Multikolinearitas	52

4.1.4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	53
4.1.5	Hasil Uji Pengaruh.....	54
4.1.5.1	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	54
4.1.5.2	Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	56
4.1.6	Hasil Uji Hipotesis.....	57
4.1.6.1	Hasil Uji T.....	57
4.1.6.2	Hasil Uji F	58
4.2	Pembahasan	59
4.2.1	<i>Sales Promotion</i> Berpengaruh Positif dan Tidak Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Elang Dwi Mitra.....	60
4.2.2	Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Elang Dwi Mitra.....	60
4.2.3	Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Elang Dwi Mitra.....	60
	BAB V.....	62
	SIMPULAN DAN SARAN	62
5.1	Simpulan.....	62
5.2	Saran	62
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	
	Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
	Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
	Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1 Diagram Histogram	50
Gambar 4.2 Hasil Uji Normal Probability Plot	51

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan aktif PT Elang Dwi Mitra 2018- Nov 2020	4
Table 1.2 Target dan hasil penjualan PT Elang Dwi Mitra per Jan 2020 - Aug 2020.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	30
Table 3.2 Skala Likert	32
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	38
Table 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Umur	40
Table 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	41
Tabel 4.4 Rentang Skala Kriteria Analisis Deskriptif.....	41
Table 4.5 Nilai Rata-rata Variabel <i>Sales Promotion</i>	42
Tabel 4.6 Nilai Rata-rata Variabel Kualitas Pelayanan.....	43
Table 4.7 Nilai Rata-rata Variabel Kepuasan Pelanggan	44
Table 4.8 Nilai Rata-rata Variabel Loyalitas Pelanggan.....	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas <i>Sales Promotion</i>	46
Table 4.10 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	48
Table 4.12 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas <i>Sales Promotion</i> , Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.....	49
Table 4.14 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Table 4.16 Hasil Uji Heterskedastisitas Park Gleyser.....	53
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	54
Table 4.18 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi <i>Adjusted R Square</i>	56
Tabel 4.19 Hasil Uji T	57
Table 4.20 Hasil Uji F	59

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rentang Skala	32
Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda.....	36
Rumus 3.3 Koefisien Determinasi	36

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 PENDUKUNG PENELITIAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian

Lampiran II Tabulasi Data Responden

Lampiran III Profil Responden

Lampiran IV Analisis Deskriptif

Lampiran V Hasil Output Uji Kualitas Data

Lampiran VI Hasil Output Uji Asumsi Klasik

Lampiran VII Hasil Output Uji Pengaruh

Lampiran VIII Hasil Output Uji Hipotesis

Lampiran IX Tabel r

Lampiran X Tabel t

Lampiran XI Tabel F

Lampiran XII Foto Pendukung

LAMPIRAN 2 DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN 3 SURAT KETERANGAN PENELITIAN