

**ANALISIS PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI *JUST FOR
MEN'S BARBERSHOP***

SKRIPSI

Oleh :

Yogi Pratomo

201710325067



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap
Kepuasan Konsumen di *Just For Men's
Barbershop*

Nama Mahasiswa : Yogi Pratomo

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325067

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 6 Juli 2021

Jakarta, 13 Juli 2021

MENYETUJUI,
Pembimbing



Dr. Hadita, S.Pd., M.M

NIDN: 0329048302

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Konsumen di *Just For Men's
Barbershop*
Nama Mahasiswa : Yogi Pratomo
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325067
Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 6 Juli 2021

Jakarta, 13 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Drs. Soehardi, MBA., Ph.D
NIDN : 0311096604


Penguji I : Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN : 0329048302


Penguji II : Neng Siti Komariah, S.E., M.M
NIDN : 0327128105

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN : 0329048302


Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP
NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Skripsi yang berjudul Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di *Just For Men's Barbershop* ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan-Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 13 Juli 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Yogi Pratomo

201710325067

ABSTRAK

Yogi Pratomo, 201710325067. Skripsi dengan judul : Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di *Just For Men's Barbershop*.

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Penelitian ini dilakukan pada Just For Men's Barbershop. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan Analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, reliabilitas, Uji asumsi klasik, normalitas, multikolineritas, heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, Uji hipotesis, Uji koefisien determinasi, Uji T dan Uji F, dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 23. Populasi dalam penelitian ini adalah 100 orang sehingga pada penelitian ini setidaknya peneliti harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 orang. Ada pengaruh yang signifikan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai t hitung $>$ t tabel. Ada pengaruh yang signifikan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai t hitung $>$ t table. Adanya pengaruh yang signifikan Promosi dan Kualitas Pelayanan dengan hasil nilai F hitung $>$ F tabel, yang berarti secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

201710325067, Yogi Pratomo. Thesis with the title: Analysis of Promotion and Service Quality on Consumer Satisfaction at Just For Men's Barbershop.

This research aims to determine the promotion and quality of service to consumer satisfaction. This research was conducted at Just For Men's Barbershop. This research method uses a quantitative approach and the data analysis used is validity, reliability, classical assumption test, normality, multicollinearity, heteroscedasticity, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, coefficient of determination test, T test and F test, using the SPSS version of the application. 23. The population in this study is 100 people, so that in this study at least the researcher must take data from a sample of at least 100 people. There is a significant effect of promotion on consumer satisfaction with the value of t count $>$ t table. There is a significant effect of promotion on consumer satisfaction with the value of t count $>$ t table. There is a significant effect of Promotion and Service Quality with the results of the calculated F value $>$ Ftable, which means that they jointly affect the Consumer Satisfaction variable.

Keywords: Promotion, Service Quality, and Consumer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT dengan segala rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di *Just For Men's Barbershop*". dengan baik dan tepat waktu.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis juga tidak luput mendapat bantuan yang berharga dari banyak pihak. Selain bimbingan dan ketulusan membantu, penulis juga mendapatkan dukungan moral yang sangat penting guna terselesaikannya skripsi ini. Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya juga telah memberikan kesehatan, kelancaran, serta kemudahan.
2. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr., Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M selaku Rektor Universitas Bahyangkara Jakarta Raya Bekasi.
3. Ibu Dr. Istianingsih, M.S.Ak.,CA.,CSRA.,CACP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.
4. Dr. Hadita., S.Pd., M.M., M.Pd selaku Ketua Program Studi (manajemen) sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan dukungan dan motivasi, juga senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik
5. Bapak Christophorus Indra Wahyu Putra, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Bahyangkara Jakarta Raya Bekasi.
7. Kedua Orang Tua penulis beserta keluarga besar penulis yang telah memberikan doa dan motivasi.
8. Bre Squad (Deri Eko Nurmansah, Ananda Yudha Mulia, Ibnu Thoimima, Yulius Tyas A. F, Rinjani Putri Violina, Sri Wulan Nasifah), dan anak

angkat saya Rahayu Eka Putri serta teman teman kelas Manajemen 8C1 yang tidak bisa disebutkansatu persatu dan semua pihak yang telah membantu telah memberikan bantuannya sehingga skripsi ini selesai. Demikian ucapan terimakasih penulis yang dapat diberikan kepada semua pihak yang sudah terlibat dalam penulisan skripsi ini. Semoga semua pihak yang telah membantu mendapat balasan dari Allah SWT.



Jakarta, 13 Juli 2021

Penulis,

Yogi Pratomo

201710325067

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	8
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJUAN PUSTAKA	9
2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.1 Konsep Pemasaran	9
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.3 Strategi Pemasaran Jasa	11
2.2 Pengertian Jasa	12

2.2.1	Klasifikasi Jasa.....	13
2.2.2	Karakteristik Jasa	15
2.3	Promosi	16
2.3.1	Fungsi Strategi Promosi.....	17
2.3.2	Indikator Promosi.....	18
2.4	Kualitas Pelayanan	19
2.4.1	Dimensi Kualitas Pelayanan	20
2.4.2	Indikator Kualitas Palayanan	22
2.5	Kepuasan Konsumen	23
2.5.1	Tipe-Tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen	23
2.5.2	Pengukuran Tingkat Kepuasan	25
2.5.3	Dimensi dan Indikator Kepuasan	27
2.6	Penelitian Terdahulu	28
2.7	Kerangka Pemikiran	30
2.8	Hipotesis	31
	BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1	Desain Penelitian	32
3.2	Tahap Penelitian	32
3.3	Model Konseptual	34
3.4	Operasional Variabel	35
3.4.1	Promosi	36
3.4.2	Kualitas Pelayanan	36
3.4.3	Kepuasan Konsumen	36
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian	37
3.6	Objek Penelitian.....	37

3.7 Sumber Data	37
3.8 Populasi dan Sampel	37
3.8.1 Populasi	38
3.8.2 Sampel	38
3.9 Metode Analisis Data	39
3.9.1 Uji Instrumen Penelitian	39
1 Uji Validitas	39
2 Uji Reliabilitas	39
3.9.2 Uji Asumsi Klasik	39
1 Uji Normalitas	39
2 Uji Multikolinieritas	40
3 Uji Heteroskedastisitas	40
3.9.3 Analisa Regresi Berganda	40
3.9.4 Uji Hipotesis	41
1 Uji T (Parsial)	41
2 Uji F (Uji Signifikan Silmutan)	41
3.9.5 Uji Koefisien dan Determinasi	41
1 Uji Kofisien Korelasi	41
2 Uji Koefisien Determinasi	42
BAB IV ANALISA & PEMBAHASAN	43
4.1 <i>Just For Men's Barbershop</i>	43
4.1.1 Sejarah <i>Just For Men's Barbershop</i>	43
4.1.2 Produk dan Jasa.....	43
4.1.3 Motto Kami	43
4.1.4 Visi & Misi	44

4.2 Hasil Analisa Data	44
4.2.1 Penyebaran Kuesioner	44
4.2.2 Identitas Responden	44
1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
4.3 Metode Analisis Data	46
4.3.1 Uji Validitas	46
4.3.2 Uji Reliabilitas	48
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	50
1 Uji Normalitas	50
2 Uji Multikolinieritas	52
3 Uji Heteroskedastisitas	53
4.3.4 Analisa Regresi Berganda	54
4.3.5 Uji Hipotesis	55
1 Uji T (Parsial)	56
2 Uji F (Uji Signifikan Silmutan)	57
4.3.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58
4.4 Pembahasan.....	58
4.4.1 Pengaruh Promosi(XI) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	59
4.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)....	60
4.4.3 Pengaruh Promosi (XI) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	60
BAB V PENUTUP	62
5.1 Kesimpulan	62
1. Pengaruh Promosi(XI) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	62

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	62
3. Pengaruh Promosi (XI) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	62
5.2 Implikasi Manajerial	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	

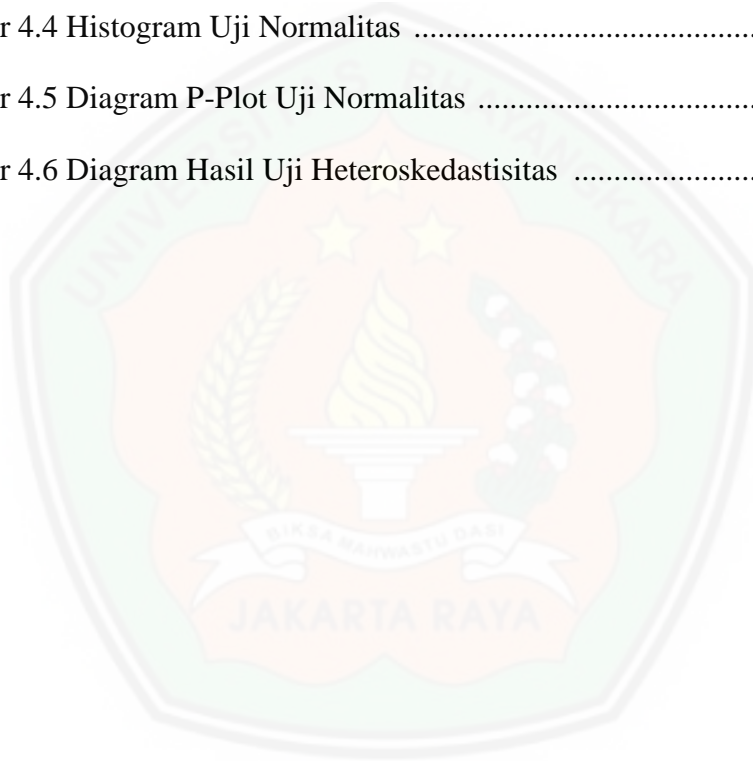


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Barbershop di Kabupaten Bekasi 2015 sampai 2019.....	4
Tabel 1.2 Perbandingan Harga <i>Just For Men's</i> dengan Para Pesaing.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Operasional Variabel	35
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	46
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	47
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Promosi	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen.....	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas	53
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Berganda	54
Tabel 4.10 Hasil Uji T	56
Tabel 4.11 Kesimpulan Hasil Uji T	57
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	33
Gambar 3.2 Model Konseptual	35
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	45
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Gambar 4.4 Histogram Uji Normalitas	51
Gambar 4.5 Diagram P-Plot Uji Normalitas	51
Gambar 4.6 Diagram Hasil Uji Heteroskedastisitas	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 2 Kop Surat

Lampiran 3 Hasil Plagiarism Checker X

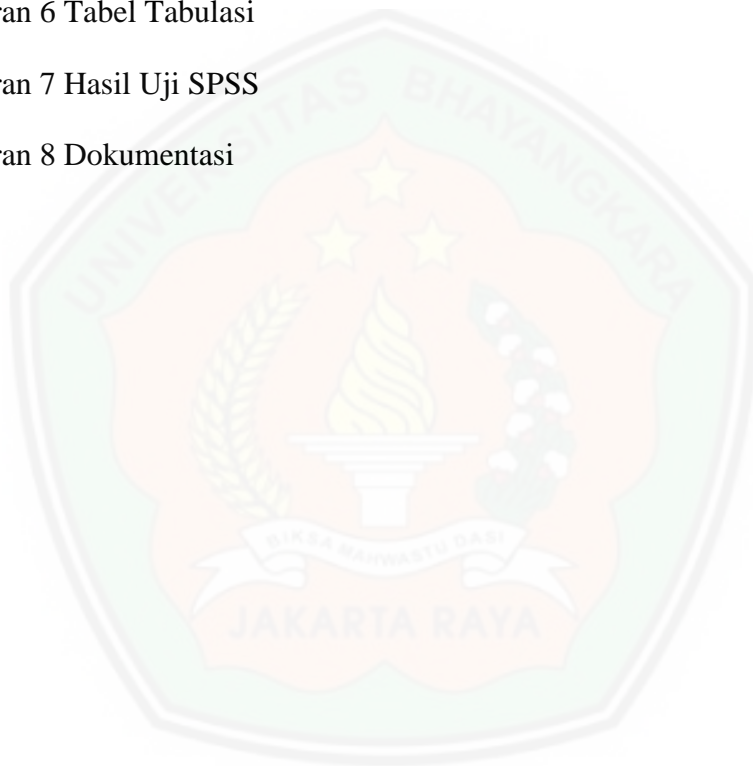
Lampiran 4 Uji Referensi Skripsi

Lampiran 5 Kuesioner Penelitian

Lampiran 6 Tabel Tabulasi

Lampiran 7 Hasil Uji SPSS

Lampiran 8 Dokumentasi





LAMPIRAN