

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI
PROMOSI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI
PERUMDA TIRTA BHAGASASI BEKASI**

SKRIPSI

Oleh :

Riza Aditya Fahlevi

202010325260



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Promosi Sebagai Variabel Intervening Di Perumda Tirta Bhagasasi Bekasi

Nama Mahasiswa : Riza Aditya Fahlevi

Nomor Pokok : 202010325260

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2024

Jakarta, 23 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Prof. Dr. Hapzi Ir MM, CMA, MPM

Dr. Muhammad Asif Khan, LLB, MA

NIDN. 0012016601

NIDN. 0303038004

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Promosi Sebagai Variabel Intervening Di Perumda Tirta Bhagasasi Bekasi

Nama Mahasiswa : Riza Aditya Fahlevi

Nomor Pokok : 202010325260

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2024

Jakarta, 23 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA
NIDN. 0326126102

Sekretaris Tim Penguji : Dr Heni Rohaeni, S.Sos, M.Sj
NIDN. 0314068202

Penguji : Prof. Dr.Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM
NIDN. 0012016601


.....

.....

.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601


Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Promosi Sebagai Variabel Intervening Di Perumda Tirta Bhagasasi Bekasi" adalah 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 pada kemudian hari ditemukan kecurangan pengutipan 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 memberi 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, 8 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Riza Aditya Fahlevi
NPM: 202010325260

ABSTRAK

Riza Aditya Fahlevi, 202010325260 Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Promosi Sebagai Variabel Intervening Di Perumda Tirta Bhagasasi Bekasi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Promosi (Y1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y2) pada Perumda Tirta Bhagasasi Bekasi. Data penelitian merupakan data yang diambil menggunakan kuisisioner yang disebarakan kepada pelanggan Perumda Tirta Bhagasasi. Sampel dilakukan dengan metode *probability sampling* yaitu *random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner disebarakan melalui Google Form sebanyak 180 responden. Analisis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda, dengan pengujian hipotesis uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan terhadap Promosi dinyatakan signifikan, Promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dinyatakan tidak signifikan, Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Promosi.

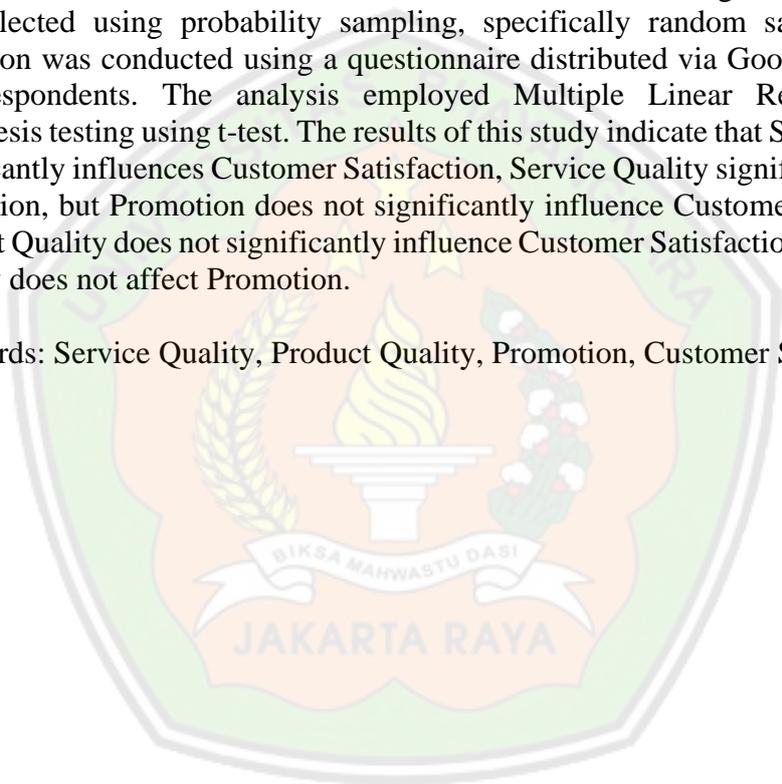
Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Riza Aditya Fahlevi, 202010325260 The Influence of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction Through Promotion as an Intervening Variable at Perumda Tirta Bhagasasi Bekasi

This research aims to determine the relationships between Service Quality (X1), Product Quality (X2), and Promotion (Y1) on Customer Satisfaction (Y2) at Perumda Tirta Bhagasasi Bekasi. The research data were collected using questionnaires distributed to customers of Perumda Tirta Bhagasasi. The sample was selected using probability sampling, specifically random sampling. Data collection was conducted using a questionnaire distributed via Google Form with 180 respondents. The analysis employed Multiple Linear Regression and hypothesis testing using t-test. The results of this study indicate that Service Quality significantly influences Customer Satisfaction, Service Quality significantly affects Promotion, but Promotion does not significantly influence Customer Satisfaction. Product Quality does not significantly influence Customer Satisfaction, and Product Quality does not affect Promotion.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Promotion, Customer Satisfaction



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT segala rahmat dan karunia yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Promosi Sebagai Variabel Intervening Di Perumda Tirta Bhagasasi Bekasi”**. Dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM dan Bapak Dr. Muhammad Asif Khan, LLB, MA selaku Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II.
5. Bapak Dr. Andrian, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan banyak pengalaman dan ilmu pengetahuan dalam menuntut ilmu.
7. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan banyak ilmu, do'a, serta dukungan.

Jakarta, Juli 2024

Riza Aditya Fahlevi

DAFTAR ISI

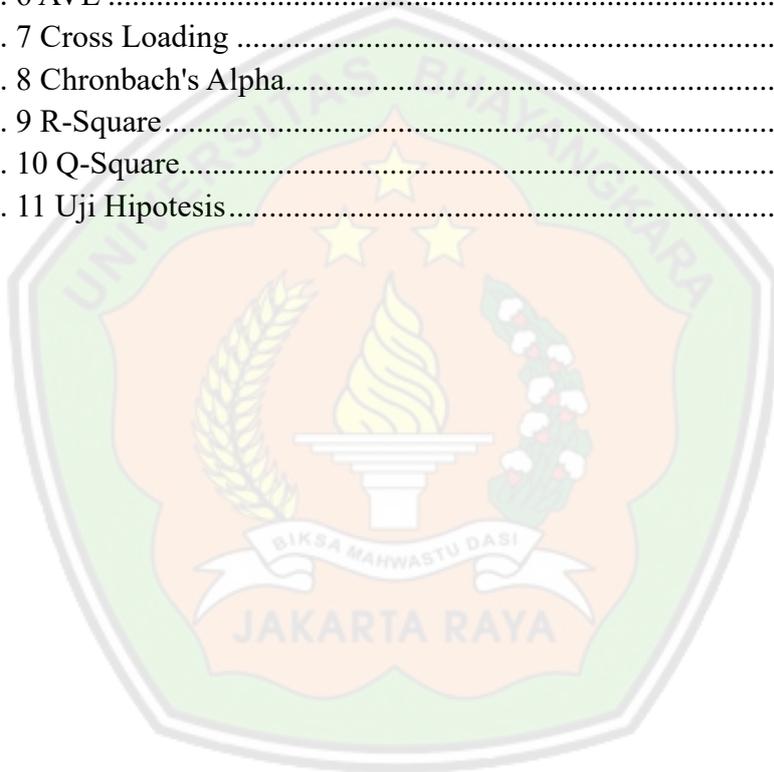
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	6
BAB II TELAAH PUSTAKA	7
2.1 Telaah Teoritis	7
2.1.1 Kepuasan Pelanggan	7
2.1.1.1 Dimensi Kepuasan Pelanggan	8
2.1.1.2 Indikator Kepuasan Pelanggan	8
2.1.2 Kualitas Pelayanan	10
2.1.2.1 Dimensi Kualitas Pelayanan	11
2.1.2.2 Indikator Kualitas Pelayanan	11
2.1.3 Kualitas Produk	12
2.1.3.1 Dimensi Kualitas Produk	13
2.1.3.2 Indikator Kualitas Produk	14
2.1.4 Promosi	15
2.1.4.1 Tujuan Promosi	15

2.1.4.2 Indikator Promosi	16
2.2 Telaah Empiris	17
2.3 Pengaruh Antar Variable	18
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Promosi	18
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Promosi	19
2.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	19
2.3.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	20
2.3.5 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	20
2.4 Kerangka Berpikir	21
2.5 Hipotesis Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	22
3.1.1 Waktu Penelitian	22
3.1.2 Objek Penelitian	22
3.2 Desain Penelitian	22
3.3 Operasional Variabel	23
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	25
3.4.1 Populasi Penelitian	25
3.4.2 Metode Sampling	26
3.4.4 Sampel Penelitian	26
3.5 Desain Struktur SEM	26
3.6 Metode Analisis Data	28
3.7 Uji Outer Model	28
3.8 Uji Inner Model	29
3.9 Uji Hipotesis	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	32
4.1.1 Tirta Bhagasasi (PDAM Bekasi)	32
4.1.2 Visi dan Misi Tirta Bhagasasi (PDAM Bekasi)	33
4.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	33
4.2.1 Rekapitulasi Kuisisioner	33

4.2.2 Penyebaran Kuesioner	34
4.3 Hasil Analisi Data.....	35
4.3.1 Deskripsi Data	35
4.3.2 Hasil Analisis Pengukuran Model (Outer Model).....	35
4.3.3 Uji Validitas dan Realibilitas	35
4.3.4 Convergent Validity	35
4.3.5 Discriminant Validity	38
4.3.6 Cross Loading.....	38
4.3.7 Internal Consistency Reliability.....	40
4.3.8 Q-square	42
BAB V PENUTUP	47
5.1 Kesimpulan	47
5.2 Keterbatasan Masalah.....	48
5.3 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Telaah Empiris.....	17
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	23
Tabel 4. 1 Kuesioner yang disebar	34
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Keelamin.....	34
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4. 4 Loading Factor	36
Tabel 4. 5 Outer Loading	37
Tabel 4. 6 AVE	38
Tabel 4. 7 Cross Loading	39
Tabel 4. 8 Chronbach's Alpha.....	40
Tabel 4. 9 R-Square.....	41
Tabel 4. 10 Q-Square.....	42
Tabel 4. 11 Uji Hipotesis.....	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	21
Gambar 3. 1 Desain Struktur SEM	27
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	32



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Uji Plagiarisme.....	54
UJI REFERENSI SKRIPSI	55
Kuesioner Penelitian	64
Gambar SEM-PLS	69
Loading Factor	70
Cross Loading	72

