

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI GIANT
HYPERMARKET UJUNG MENTENG**

SKRIPSI

Oleh:

LISA HANDAYANI

201410325180



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2018

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Penjualan
Terhadap Kepuasan Konsumen Di Giant
Hypermarket Ujung Menteng

Nama Mahasiswa : Lisa Handayani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325180

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2018



Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ir. Raden Achmad Harinto M.M

NIP. 031707071

Ir. Adlin Nazli Lubis, M.M

NIP. 031611060

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan
Terhadap Kepuasan Konsumen Di Giant
Hypermarket Ujung Menteng

Nama Mahasiswa : Lisa Handayani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325180

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2018

Bekasi, 20 Juli 2018

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Dr. Anton Wachidin Widjaja S.E., M.M. (.....) 
NIP : 0311116501

Penguji I : Dr. Ir. Raden Achmad Harianto M.M. (.....) 
NIP : 031707071

Penguji II : Adi Wibowo Noor Fikri S.Kom., M.B.A. (.....) 
NIP : 031503024

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi

M. Fadli Nursal S.E., M.M. Dr. Rorim Panday, M.M., MT

NIP 1602212

NIP 1508228

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Giant Hypermarket Ujung Menteng.**

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 di kemudian 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.

Bekasi, 20 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,



Lisa Handayani

201410325180

ABSTRAK

Lisa Handayani, 201410325180. Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Giant Hypermarket Ujung Menteng.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen kualitas layanan (X1) dan promosi penjualan (X2), dan variabel dependen kepuasan konsumen (Y). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang di ambil secara random dari konsumen Giant Hypermarket Ujung Menteng. Data primer yang diperoleh merupakan hasil jawaban responden atas kuesioner yang disebarkan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini juga menunjukkan variabel kualitas layanan dan promosi penjualan berpengaruh signifikan secara simultan dengan kepuasan konsumen. Pada uji determinasi terdapat korelasi sebesar 49,7% dari variabel independen (kualitas layanan dan promosi penjualan) dengan variabel dependen (kepuasan konsumen), sedangkan sebanyak 50,3% dipengaruhi oleh variabel lain dan tidak termasuk kedalam analisis regresi ini.

Kata kunci : Kualitas layanan, promosi penjualan, kepuasan konsumen.

ABSTRACT

Lisa Handayani, 201410325180. The Influence of Service Quality and Sales Promotion On Consumer Satisfaction At Giant Hypermarket Ujung Menteng.

The study aims to determine the effect of service quality and sales promotion on customer satisfaction. In this research use independent variable of service quality (X1) and sales promotion (X2), and dependent variable of consumer satisfaction (Y). Samples used in this study as many as 100 respondents taken at random from consumers Giant Hypermarket Ujung Menteng. Primary data obtained is the result of respondents' answers to the questionnaire distributed. The analysis method used is multiple linear regression analysis. The results of this study also shows the variables of service quality and sales promotion have significant effect simultaneously with customer satisfaction. In the determination test there is a correlation of 49.7% of independent variables (service quality and sales promotion) with the dependent variable (customer satisfaction), while as much as 50.3% influenced by other variables and not included into this regression analysis.

Keywords: Quality of service, sales promotion, consumer satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena atas berkah dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Giant Hypermarket Ujung Menteng”**. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. H Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Rorim Panday, M.M., M.T. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. M. Fadli Nursal, S.E., M.M. selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Ir. Raden Achmad Harianto selaku pembimbing 1 dan Ir. Adlin Nazli Lubis M.M selaku pembimbing 2 yang telah memberikan pedoman skripsi baik materi maupun non materi yang jelas dan terarah sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
5. Siti Mardiyah, S.E., M.M. selaku wakil Dekan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah mendidik dan memberikan ilmunya kepada penulis, serta seluruh staf dan karyawan yang telah membantu kelancaran penulisan skripsi ini.

7. Keluarga Ayah, Ibu, Kakak dan Adik-Adik tersayang dan saya cintai yang telah meluangkan waktu untuk menyemangati, mendoakan dan memberi dukungan baik moril maupun materiil
8. Teman-teman Fakultas Ekonomi Manajemen Kelas B2 angkatan 2014 terutama untuk GIBAH_LOVRES (Defina, Fero, Indri) yang telah memberikan motivasi dan semangat yang tidak penulis sebutkan satu persatu.
9. Aris Maulana yang telah memberikan dukungan, menyemangati, mendoakan dan mengingatkan penulis akan pentingnya skripsi.
10. Keluarga besar Giant Hypermarket Ujung Menteng yang telah membantu dan mengizinkan untuk melakukan penelitian.
11. Seluruh konsumen Giant Hypermarket Ujung Menteng yang telah membantu dan menjadi responden untuk penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir / Skripsi ini membawa manfaat bagi perkembangan ilmu.

Bekasi, 20 Juli 2018

Lisa Handayani

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Deskripsi Teori	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran	8
2.2 Kepuasan Konsumen	9

2.2.1 Indikator kepuasan Konsumen.....	12
2.2.2 Cara mengukur kepuasan konsumen.....	12
2.3 Kualitas Layanan.....	13
2.3.1 Indikator Kualitas Layanan	15
2.4 Promosi Penjualan.....	17
2.4.1 Indikator Promosi Penjualan	21
2.5 Penelitian Terdahulu	22
2.6 Kerangka Berpikir.....	23
2.6.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen	23
2.6.2 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen	Error!
Bookmark not defined.	24
2.6.3 Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen	24
2.7 Pengajuan Hipotesis.....	25
BAB III	26
METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Desain Penelitian.....	26
3.3 Model Konseptual Penelitian.....	28
3.4 Operasionalisasi Variabel	29
3.5 Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
3.5.1 Tempat Penelitian.....	32
3.5.2 Waktu Penelitian	33
3.6 Jenis dan Sumber Data	33
3.7 Populasi dan Sampel	34
3.7.1 Definisi Populasi	34

3.7.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.8 Metode Analisis Data.....	36
3.8.1 Uji Validitas	38
3.8.2 Uji Reliabilitas	39
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.8.4 Regresi Linier Berganda	41
3.8.5 Uji Hipotesis	42
BAB IV	44
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	44
4.1.1 PT.HERO Supermarket.Tbk (Giant Hypermarket Ujung Menteng) .. Error! Bookmark not defined.	44
4.2 Deskripsi Data.....	46
4.2.1 Penyebaran Kuesioner.....	46
4.2.2 Identitas Responden	47
4.3 Uji Kuesioner	51
4.3.1 Uji Validitas	51
4.3.2 Uji Reliabilitas	54
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	56
4.4.1 Uji Normalitas.....	56
4.4.2 Uji Multikolinearitas	57
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	58
4.4.5 Uji Linieritas	61
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	61

4.6 Hasil Uji Hipotesis	63
4.6.1 Uji Parsial Variabel Bebas	63
4.6.2 Uji Determinasi (R^2)	67
4.7 Pembahasan.....	68
4.7.1 Pengaruh Secara Parsial Kualitas Layanan (X1) Dengan Kepuasan Konsumen (Y).....	68
4.7.2 Pengaruh secara parsial Promosi Penjualan (X2) dengan Kepuasan Konsumen (Y).....	69
4.7.3 Pengaruh secara simultan Kualitas Layanan (X1) dan Promosi Penjualan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	69
BAB V.....	70
KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Implementasi Manajerial.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR TABEL

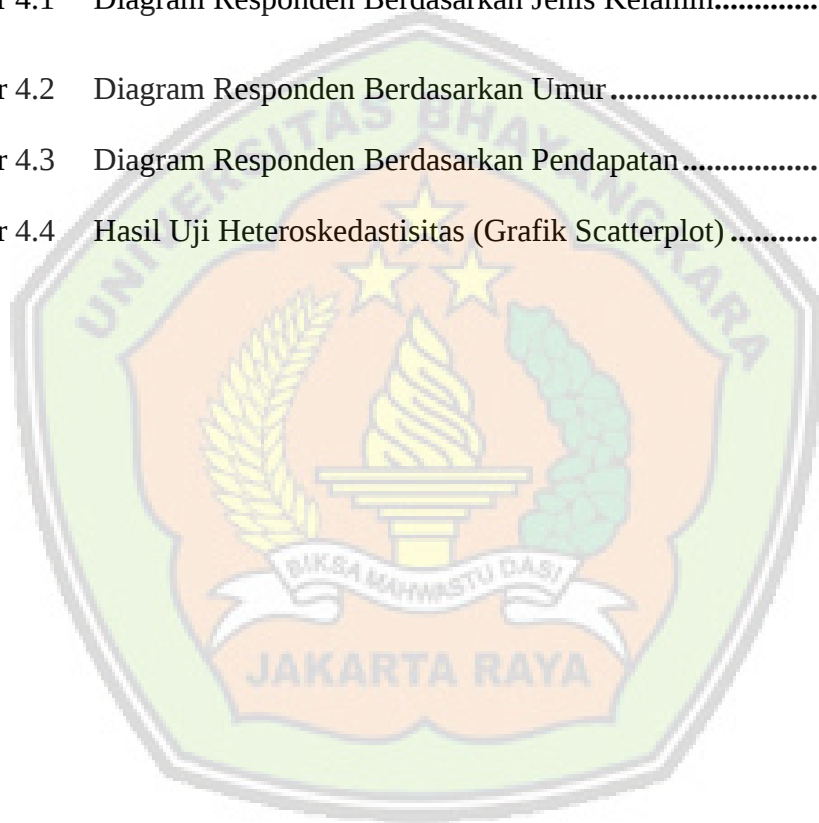
	Halaman
Tabel 1.1 Data Arus Konsumen	2
Tabel 1.2 Data Penjualan.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.2 Skala Likert	37
Tabel 3.3 Nilai Interval	37
Tabel 3.4 Interpretasi Korelasi Nilai r.....	38
Tabel 4.1 Proses penyebaran dan penerimaan kuesioner	48
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Umur.....	50
Tabel 4.4 Responden berdasarkan pendapatan.....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan.....	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Promosi Penjualan.....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Promosi Penjualan	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolenieritas.....	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi.....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Linieritas	62

Tabel 4.16 Hasil Analisis Uji T.....	64
Tabel 4.17 Model Summary Kualitas Layanan.....	65
Tabel 4.18 Tabel Koefisien Kualitas Layanan	66
Tabel 4.19 Summary Promosi Penjualan	67
Tabel 4.20 Tabel Koefisien Promosi Penjualan	67
Tabel 4.21 Hasil Uji Simultan.....	68
Tabel 4.22 Hasil Uji Determinasi.....	69



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Teoritik.....	24
Gambar 3.1 Model Hipotetik.....	25
Gambar 3.2 Model Konseptual	29
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Umur.....	50
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik Scatterplot)	60



DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat pengantar dari kampus.....	
2. Surat balasan dari perusahaan.....	
3. Surat keterangan riset.....	
4. Kuesioner.....	
5. Uji validitas.....	
6. Uji Reliabelitas.....	
7. Uji normalitas.....	
8. Uji Multikolinieritas.....	
9. Uji heteroskedastisitas.....	
10. Uji Linieritas.....	
11. Uji regresi linier berganda.....	
12. Uji parsial.....	
13. Uji simultan.....	
14. Uji Determinasi.....	
15. Tabel T.....	
16. Tabel R.....	
17. Tabel F.....	
18. Daftar Riwayat Penulis.....	