



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BAURAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DEALER
MOTOR SUZUKI SATRIA DI KEBAYORAN LAMA
JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Saepul Basit

1502025237

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2019



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BAURAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DEALER
MOTOR SUZUKI SATRIA DI KEBAYORAN LAMA
JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Saepul Basit

1502025237

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2019

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DEALER MOTOR SUZUKI Satria di Kebayoran Lama Jakarta Selatan ”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 09 Desember 2019
Yang menyatakan,



Saepul Basit
NIM. 1502025237

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DEALER
MOTOR SUZUKI SATRIA DI
KEBAYORAN LAMA JAKARTA
SELATAN**

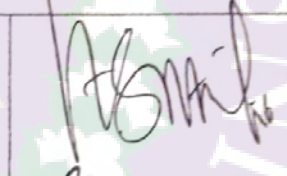

NAMA : **SAEPUL BASIT**

NIM : **1502025237**

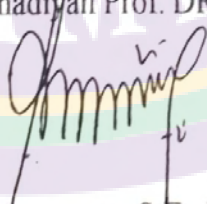
PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN**

TAHUN AKADEMIK : **2015**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Eti Rochaeti., SE, M.M	
Pembimbing II	Dr. Budi Permana Yusuf., M.M	

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA


Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M.

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Hal:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DEALER MOTOR SUZUKI SATRIA DI KEBAYORAN LAMA JAKARTA SELATAN

Yang disusun oleh :
Saepul Basit
1502025237

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.
DR. HAMKA

Pada tanggal: 9 Desember 2019

Tim Penguji :

Ketua, merangkap anggota :

(Dr. Bambang Sumaryanto, M.M)

Sekretaris, merangkap anggota :

(Tupi Setyowati, SE.,M.M)

Anggota :

(Dr. Asep Sutarman, MBA)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR.
HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR.
HAMKA

Dr. Adityo Ari Wibowo, SE., M.M.

Dr. Nuryadi Wijiharjono, SE., M.M.

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Saepul Basit
Nim : 1502025237
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DEALER MOTOR SUZUKI Satria di Kebayoran Lama Jakarta Selatan”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : Oktober 2019

Yang Menyatakan,


(Saepul Basit)

ABSTRAKSI

Saepul Basit (1502025237)

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DEALER MOTOR SUZUKI SATRIA DI KEBAYORAN LAMA JAKARTA SELATAN.

Skripsi Program Strata Satu Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2019. Jakarta.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Bauran Promosi, Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan bauran promosi terhadap kepuasan pelanggan dealer motor suzuki satria di Kebayoran Lama Jakarta Selatan.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* metode survey. Metode pengumpulan data menggunakan metode menyebar kuesioner. Skala pengukurannya menggunakan skala likert. Teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, regresi linear berganda, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi, pengujian hipotesis uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), analisis koefisien korelasi parsial dan koefisien korelasi berganda. Hasil uji t menunjukkan variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan $t_{hitung} 3,989 > t_{tabel} 1,660$ dan bauran promosi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan $t_{hitung} 6,644 > t_{tabel} 1,660$. Variabel kualitas pelayanan (X_1) dan bauran promosi (X_2) secara simultan memiliki pengaruh sebesar 68,8% terhadap kepuasan pelanggan (Y).

ABSTRACT

Saepul Basit (1502025237)

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PROMOTION MIX ON CUSTOMER SATISFACTION OF SUZUKI Satria MOTOR DEALERS IN KEBAYORAN LAMA JAKARTA SELATAN.

Thesis Undergraduate Program Management Department. FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS Prof. DR. HAMKA Muhammadiyah University. 2019. Jakarta.

Keywords: Service Quality, Promotion Mix, Customer Satisfaction. This study aims to determine whether there is an influence between service quality and promotion mix on customer satisfaction of Suzuki Satria motorcycle dealers in Kebayoran Lama, South Jakarta.

This study applied quantitative methods. The number of samples in this study were 100 respondents. Determination of the sample employed purposive sampling technique survey method. The method of collecting data used the distributing questionnaires method. The measurement scale applied a Likert scale. Data processing and analysis techniques employed descriptive analysis, multiple linear regression, classic assumption tests which include normality test, multicollinearity, heteroscedasticity, and autocorrelation test, partial hypothesis test (t test), simultaneous test (F test), correlation coefficient analysis partial and multiple correlation coefficients. T test results showed that the service quality variable (X_1) significantly influenced customer satisfaction (Y) with t count $3.989 > t$ table 1.660 and promotion mix (X_2) had a significant effect on customer satisfaction (Y) with t count $6.644 > t$ table 1.660. Service quality (X_1) and promotion mix (X_2) variables simultaneously had an influence of 68.8% on customer satisfaction (Y).

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Bismillahirrohmanirrohim. Alhamdulillah, rasa puji dan syukur kita panjatkan ke-Hadirat Allah SWT. Yang sudah melimpah curahkan rizki, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan seksama dengan judul “KUALITAS PELAYANAN DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DEALER MOTOR SUZUKI SATRIA DI KEBAYORAN LAMA JAKARTA SELATAN”.

Penyusunan skripsi ini sebagai bukti dalam menyelesaikan penelitian yang bertempat di Dealer Suzuki Kebayoran Lama Jakarta Selatan, dan juga sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana (S1) Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa selesainya penelitian ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil, karena penulis menyadari tidak akan bisa menyelesaikan laporan ini sendiri tanpa ada bantuan dari yang lainnya. Oleh karenanya, maka penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Gunawan Suryoputro, M. Hum, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka.
2. Bapak Dr. Nuryadi Wijiharyono, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka.
3. Bapak Zulpahmi, S.E., MM, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.DR.Hamka.

4. Bapak Sunarta, SE., M.M, selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka.
5. Bapak Tohirin, S.H.I., M. Pd.I selaku Wakil Dekan III & IV Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka.
6. Bapak Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M, selaku Kaprodi Manajemen.
7. Ibu Eti Rochaeti, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing satu skripsi yang telah menyediakan waktunya kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dan memberikan saran, masukkan serta motivasi.
8. Bapak Dr. Budi Permana Yusuf., M.M selaku Dosen Pembimbing dua skripsi yang telah menyediakan waktunya kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dan memberikan saran, masukkan serta motivasi.
9. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA yang telah memberikan ilmunya dari awal perkuliahan sampai sekarang.
10. Bapak Satria dan Bapak Sugianto selaku pimpinan pusat dan pimpinan cabang PT. INDOMOBIL SUZUKI INTERNATIONAL.
11. Orangtua tercinta, Ayahanda Saepul Mikdar dan Ibunda N. Saodah. Tidak lupa juga kakak Yogi Dian Permana dan Siti Sumiyati yang selalu mendo'akan serta memberikan dukungan baik berupa moril dan materil kepada penulis, termasuk seseorang yang berinisial D'.
12. Kepada Abd Farid, Bebeh, Rune, Haroy, Solah, Mawar, Nasya. Orang-orang yang sering penulis repotkan.

13. Kepada teman-teman yang lain sudah membantu dalam menyemangati serta mengajak penulis dari rasa malas dalam penyusunan skripsi ini
14. Serta semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak disebutkan satu persatu.


Semoga Allah SWT senantiasa membeikan rahmat serta karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuan.

Akhir kata, penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini terdapat kesalahan yang tidak disadari. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat baik bagi semuanya.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Jakarta, Oktober 2019

Penulis,



(Saepul Basit)

DAFTAR ISI

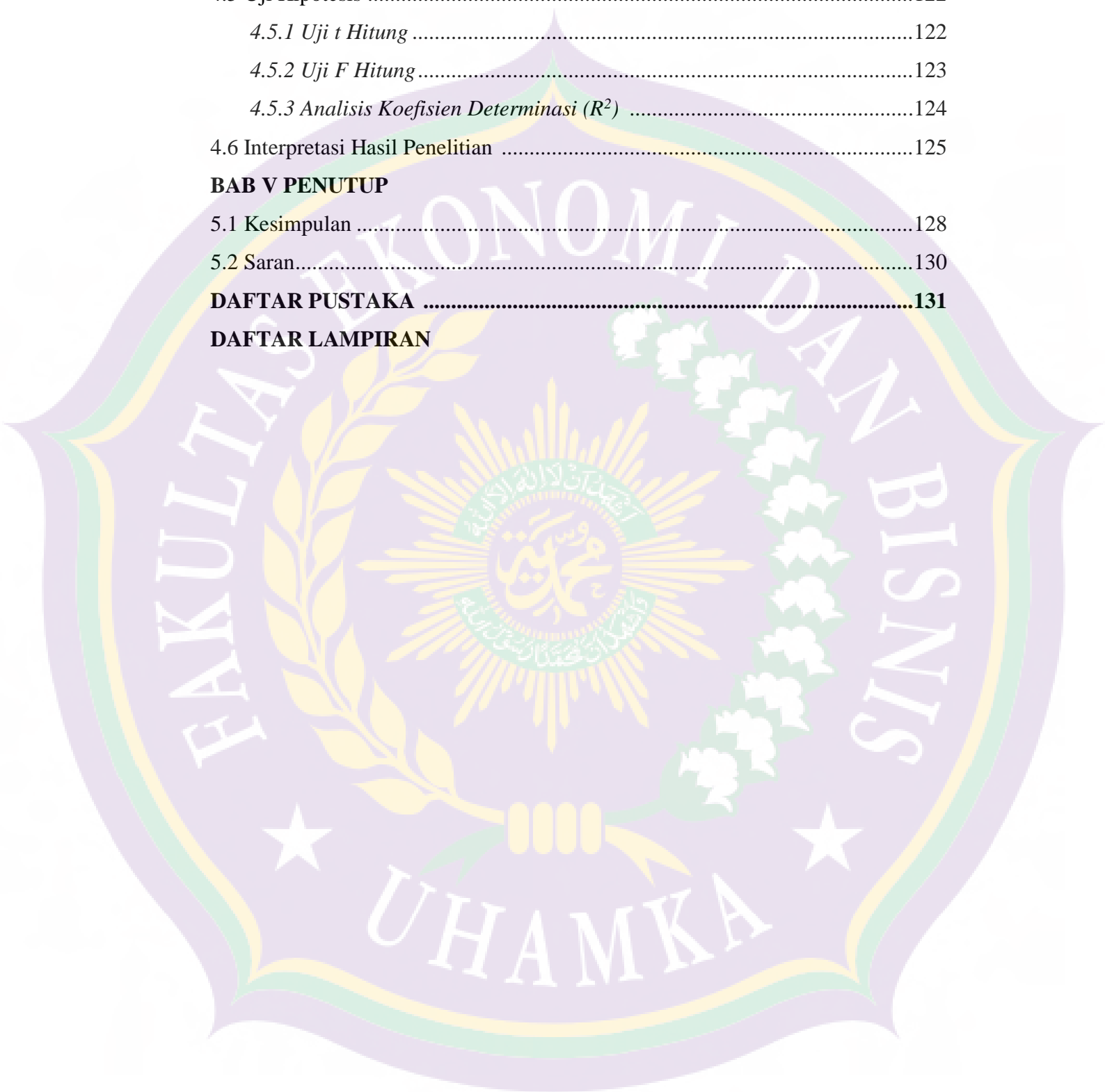
	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINILITAS	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Batasan Masalah	6
1.2.3 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Gambaran Penelitian Terhadulu	9
2.2 Telaah Pustaka	15
2.2.1 Pengertian Manajemen	15

2.2.2	<i>Pengertian Pemasaran</i>	16
2.2.3	<i>Pengertian Manajemen Pemasaran</i>	17
2.2.4	<i>Teori Pemasaran</i>	18
2.2.5	<i>Kepuasan Pelanggan</i>	19
2.2.5.1	<i>Pengertian Kepuasan Pelanggan</i>	19
2.2.5.2	<i>Pengukuran Kepuasan Pelanggan</i>	20
2.2.5.3	<i>Dimensi Kepuasan Pelanggan</i>	21
2.2.5.4	<i>Strategi Kepuasan Pelanggan</i>	22
2.2.5.5	<i>Manfaat Kepuasan Pelanggan</i>	24
2.2.5.6	<i>Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan</i>	25
2.2.5.7	<i>Model Kepuasan Pelanggan</i>	27
2.2.5.8	<i>Indikator Kepuasan Pelanggan</i>	29
2.2.6	<i>Kualitas Pelayanan</i>	29
2.2.6.1	<i>Pengertian Kualitas Pelayanan</i>	29
2.2.6.2	<i>Dimensi Kualitas Pelayanan</i>	30
2.2.6.3	<i>Indikator Kualitas Pelayanan</i>	31
2.2.7	<i>Bauran Promosi</i>	32
2.2.7.1	<i>Pengertian Bauran Promosi</i>	32
2.2.7.2	<i>Dimensi Bauran Promosi</i>	33
2.2.7.2.1	<i>Adverstising (Periklanan)</i>	34
2.2.7.2.2	<i>Sales Promotion (Promosi penjualan)</i>	35
2.2.7.2.3	<i>Public Relations (Hubungan Masyarakat)</i>	37
2.2.7.2.4	<i>Personal selling (Penjualan secara pribadi / langsung)</i>	38
2.2.7.3	<i>Indikator Bauran Promosi</i>	39
2.3	<i>Kerangka Pemikiran Teoritis</i>	40

2.3.1 Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ..	41
2.3.2 Hubungan antara Bauran Promosi terhadap kepuasan pelanggan	42
2.3.3 Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan	43
2.4 Rumusan Hipotesis	46
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	47
3.2 Operasional Variabel	49
3.3 Populasi dan Sampel	53
3.3.1 Populasi	53
3.3.2 Sampel	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data	54
3.4.1 Tempat dan Waktu Penelitian	54
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	54
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	56
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	56
3.5.2 Model Regresi Linier Berganda.....	56
3.5.3 Uji Validitas	56
3.5.4 Uji Reliabilitas	56
3.5.5 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.5.5.1 Uji Normalitas	59
3.5.5.2 Uji Multikolinearitas	60
3.5.5.3 Uji Heteroskedastisitas	60
3.5.5.4 Uji Autokorelasi	61
3.6 Uji Hipotesis	61
3.6.1 Uji Parsial (uji statistik t)	62

3.6.1 Uji Simultan (uji statistik f)	63
3.7 Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi (R^2)	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	67
4.1.1 Sejarah Berdirinya PT. Indomobil Suzuki International	67
4.1.2 Visi dan Misi PT. Suzuki Indomobil Motor	71
4.1.3 Struktur Organisasi	73
4.1.4 Produk yang Dipasarkan	78
4.2 Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan	79
4.2.1 Karakteristik Responden	79
4.2.1.1 Responden Menurut Usia	80
4.2.1.2 Responden Menurut Jenis Kelamin	81
4.2.1.3 Responden Menurut Pendidikan Terakhir	82
4.2.1.4 Responden Menurut Penghasilan	83
4.2.1.5 Analisis pernyataan per Variabel	84
4.2.1.5.1 Kualitas Pelayanan (X_1)	84
4.2.1.5.2 Promosi (X_2)	93
4.2.1.5.3 Kepuasan Pelanggan (Y)	100
4.3 Uji Variabel	109
4.3.1 Uji Validitas	109
4.3.2 Uji Reliabilitas	112
4.3.3 Uji Regresi Linier Berganda	113
4.3.4 Uji Koefisien Korelasi	114
4.3.5 Uji Statistik Deskriptif	116
4.4 Uji Asumsi Klasik	116
4.4.1 Uji Normalitas	116
4.4.2 Uji Multikolinieritas	118
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	119
4.4.4 Uji Autokorelasi	120

4.5 Uji Hipotesis	122
4.5.1 Uji <i>t</i> Hitung	122
4.5.2 Uji <i>F</i> Hitung	123
4.5.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	124
4.6 Interpretasi Hasil Penelitian	125
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	128
5.2 Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA	131
DAFTAR LAMPIRAN	



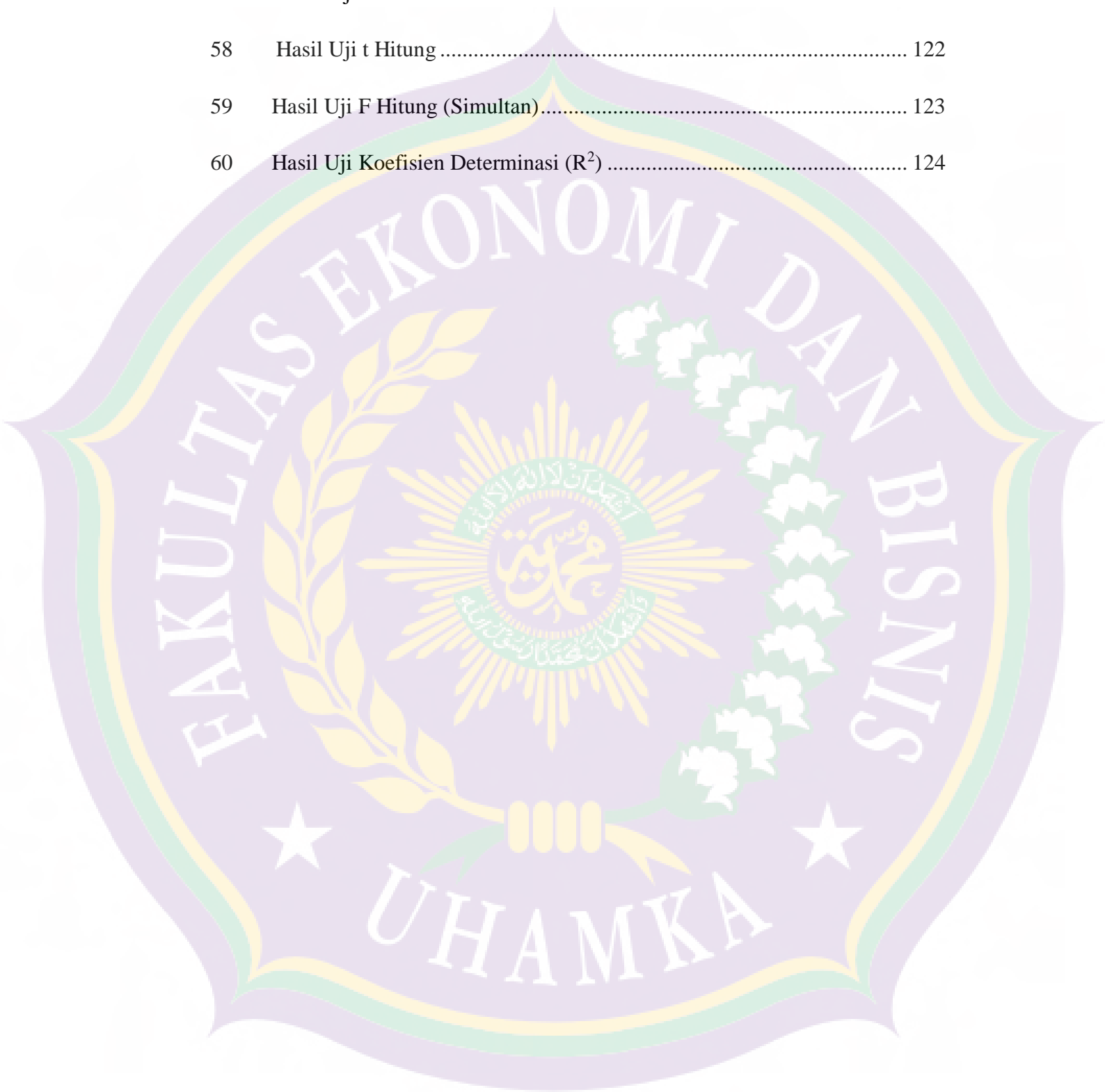
DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	12
2	Operasionalisasi Variabel.....	50
3	Skor Nilai Skala <i>Likert</i>	55
4	Kriteria Koefisien Kolerasi	59
5	Interval Koefisien Tingkat Hubungan Linier	65
6	Motto Perusahaan Suzuki.....	72
7	Responden Menurut Usia	80
8	Responden Menurut Jenis Kelamin	81
9	Responden Menurut Pendidikan Terakhir	82
10	Responden Menurut Penghasilan	83
11	Kualitas Pelayanan	84
12	Suzuki Memiliki Fasilitas yang Lengkap dan Canggih	85
13	Karyawan Suzuki Berpenampilan Bersih dan Rapih.....	86
14	Suzuki Memberikan Informasi yang Jelas dan Dapat Dipahami Oleh Konsumen	86
15	Suzuki Memperhatikan Kebutuhan Konsumen Dengan Baik.....	87
16	Suzuki Memahami Keinginan Konsumen.....	88
17	Suzuki Memberikan Pelayanan Jasa yang Baik Kepada Konsumen	88
18	<i>Service</i> Kendaraan Tepat dengan Waktu yang Dijanjikan.....	89

19	Suzuki cepat dalam memberikan pelayanan kepada konsumen	89
20	Suzuki cepat dalam mengatasi kesulitan konsumen	90
21	Suzuki mampu meyakinkan konsumen terhadap kualitas <i>service</i> yang akan diberikan	91
22	Suzuki mampu menciptakan rasa aman bagi konsumen	91
23	Suzuki tepat dalam menangani masalah konsumen	92
24	Bauran Promosi	93
25	Responden mengetahui informasi mengenai motor suzuki satria di majalah atau media cetak	94
26	Responden mengetahui mengenai motor suzuki satria di televisi.....	94
27	Responden mengetahui mengenai motor suzuki satria di internet.....	95
28	Responden mendapatkan tawaran <i>Down Payment (DP)</i> dengan harga ... terjangkau	95
29	Suzuki melakukan promosi di tempat yang strategis	96
30	Suzuki ikut berpartisipasi dalam acara untuk menampilkan produknya..	97
31	Suzuki kerap menjadi sponsor dalam acara tertentu	97
32	Suzuki mengikuti acara yang digemari masyarakat.....	98
33	Karyawan suzuki ramah dalam memberika informasi.....	99
34	Suzuki ikut serta dalam acara tertentu untuk memberikan informasi.....	99
35	Kepuasan Pelanggan	100
36	Harga motor suzuki satria relatif sama dengan motor bebek lainnya	101

37	<i>Spare part</i> motor mudah didapatkan dengan harga terjangkau	102
38	Suzuki memberikan potongan harga pada konsumen yang Berlangganan	103
39	Suzuki selalu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.....	103
40	Pelanggan puas dengan harga yang diterapkan oleh suzuki	104
41	Suzuki memiliki keunggulan dari produk lain.....	105
42	Konsumen akan merekomendasikan kepada pihak lain.....	105
43	Konsumen bangga menggunakan produk suzuki.....	106
44	Konsumen menilai suzuki memiliki keunggulan dari produk lain	107
45	<i>Spare Part</i> motor suzuki mudah ditemukan.....	107
46	Suzuki mempermudah dalam mengatasi keluhan pelanggan.....	108
47	Uji Validitas Kualias Pelayanan.....	109
48	Uji Validitas Promosi.....	110
49	Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	111
50	Hasil Uji Reliabilitas	112
51	Uji Regresi Linier Berganda	113
52	Hasil Uji Koefisien Korelasi Parsial (X_1).....	114
53	Hasil Uji Koefisien Korelasi Parsial (X_2)	115
54	Uji Validitas Deskriptif.....	116
55	Hasil Uji Normalitas.....	117
56	Uji Regresi Multikolinieritas.....	119

57	Hasil Uji Autokorelasi.....	121
58	Hasil Uji t Hitung	122
59	Hasil Uji F Hitung (Simultan).....	123
60	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	124



DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1	Kerangka Pemikiran Teoritis	45
2	Struktur Organisasi PT. Indomobil Suzuki Internasional	75
3	<i>P-P Plot of Regression Standarized Residual</i>	118
4	Grafik <i>Scatterplot</i>	120

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi adalah pemindahan dari tenaga manusia dengan menggunakan wahana yang digerakkan oleh manusia atau mesin. Transportasi digunakan oleh manusia dengan tujuan untuk memudahkan manusia untuk dalam melakukan aktivitas sehari – hari. Banyak ahli atau peneliti telah merumuskan dan mengemukakan pengertian transportasi. Termasuk yang di kemukakan oleh para ahli, yang memiliki pandangan masing-masing juga mempunyai perbedaan dari mereka dan ada juga persamaan antara yang satu dengan yang lainnya. Kata itu sendiri transportasi diambil dari bahasa latin yang yaitu *transportare* yang mana kata *trans* berartikan membawa atau mengangkut. Dapat diartikan transportasi ialah memindahkan sesuatu atau membawa sesuatu dari satu tempat ke tempat yang lainnya. (Adriansyah, 2015).

Dunia pemasaran saat ini dalam kondisi persaingan yang semakin hari semakin ketat saja, terutama dibidang kendaraan pribadi atau transportasi, khususnya kendaraan sepeda motor. Berbagai macam produk yang ditawarkan dipasaran yang memilih kualitas dan inovasi yang beragam serta desain yang menawan. Perusahaan juga memiliki daya saing yang tinggi, perusahaan diharuskan untuk tetap eksis supaya dapat bertahan dari pesaing-pesaing bisnisnya tersebut. Maka perusahaan melakukan cara seperti melakukan

berbagai inovasi baru yang lebih kreatif dan harus mengembangkan perusahaan untuk memperoleh laba maksimal dalam menghadapi persaingan di era modern saat ini. (Munte & Sutrisna, 2017)

Banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang *otomotif* , mimicu persaingan dunia usaha dalam bidang *otomotif* semakin ketat. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus menciptakan produk barang atau jasa yang lebih baik dari pada pesaingnya dalam segi harga, kualitas produk, pelayanan yang diberikan kepada konsumen, maupun dalam strategi pemasaran. Semakin baik penawaran produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan, maka konsumen semakin tertarik untuk menggunakan produk barang atau jasa tersebut. Hal ini dilakukan supaya perusahaan memiliki keunggulan dibandingkan dengan perusahaan lain untuk dapat menarik konsumen dan untuk dapat bersaing. (Fernando, 2017)

Pada dasarnya, kita telah mengenal sepeda motor sebagai salah satu alat transportasi yang biasa digunakan oleh penduduk indonesia. Selain praktis dan hemat jika dibandingkan dengan membayar biaya angkutan umum, juga harga transportasi yang relatif terjangkau oleh kalangan masyarakat indonesia, bahkan disaat krisis ekonomi yang mengguncang negara ini beberapa tahun lalu pertumbuhan sepeda motor bahkan semakin meningkat. Seiring perkembangan waktu dan semakin meningkatnya kebutuhan alat transportasi membawa angin segar bagi perusahaan *otomotif* terutama dibidang sepeda motor contohnya yang sangat dibutuhkan oleh

banyak orang. Selain itu harganya yang terjangkau sehingga mudah dalam perawatannya. (Nasith & Hidayat, 2016)

Terdapat alternatif yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengurangi kemungkinan terjadinya ketidakpastian adalah dengan penyediaan pelayanan purna jual yaitu memberikan garansi untuk mengurangi persepsi konsumen terhadap resiko pembelian jasa preparasi dan penyediaan suku cadang, pengganti. Apabila suatu perusahaan akan mengeluarkan produk maka sebaliknya harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga produk tersebut dapat bersaing dipasaran dan menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum membeli suatu produk yang ditawarkan dipasaran. Aspek yang nampak dari kualitas pelayanan yang diberikan terdiri dari semua hal yang dilihat oleh pelanggan, didengar dan dirasakan ketika pelayanan diberikan. Termasuk ujar mekanik salah satu dealer suzuki mengungkapkan “ saya kurang begitu tahu mereka (pelanggan) puas dan tidaknya dengan pelayanan kami. Tapi yang saya harapkan mereka puas dengan apa yang kami usahakan yang terbaik untuk mereka”. (sumber : Mekanik suzuki kebayoran lama, 2019). Hal ini meliputi tidak hanya *output* pelayanan yang berupa fisik, tetapi juga fasilitas fisik, peralatan dan penampakan personel. Oleh karena itu perusahaan seharusnya memperhatikan desain, fasilitas dan mendorong *image* karyawan yang positif, baik terhadap pelanggan yang sekarang maupun terhadap calon pelanggan supaya penjualan produk dapat meningkat. (Putri, D, & Ngatno, 2015)

Era sekarang adalah eranya elektronik termasuk salah satunya sepeda motor, dengan berbagai merek telah dipasarkan diseluruh Indonesia serta mendapatkan respon positif dari para konsumen. Hal ini dapat dilihat dari permintaan akan sepeda motor di Indonesia setiap tahun mengalami peningkatan yang lumayan pesat. Salah satu merek sepeda motor yang ada di Indonesia yaitu sepeda motor Suzuki yang keberadaannya sudah lama di Indonesia dengan pesaing – pesaingnya yaitu Yamaha dan Honda menjadi salah satu rivalnya. Dengan keunggulan dari motor Suzuki di Indonesia ini terus memperkuat diri supaya bisa lebih sukses lagi. Sejatinya motor ini adalah motor dengan *upgrade* dan pengembangan dari seri sebelumnya yaitu Suzuki Satria. Dengan perubahan mesin yang awal mulanya 2 tak sekarang telah menjadi 4 tak. Dengan *design sporty*, ramping dan keren Suzuki Satria ini bisa dibilang Rajanya Motor Bebek. Dengan dibekali mesin berkapasitas 147,3 cc, 4 tak, disertai dengan sistem pendingin berupa udara 9 DOHC, dengan Rem Cakram depan belakang Suzuki Satria menjadi salah satu produk andalan Suzuki yang sukses bergaya di pasaran. Meskipun sekarang sudah hadir penantang baru yang hampir mirip sekali dengan motor yang satu ini yaitu keluaran dari Honda yaitu SONIC, dengan desain yang lebih menawan serta suku cadang dan aksesoris motornya memadai dan mudah didapat, berbeda dengan satria dari suku cadang yang lumayan mahal serta untuk aksesoris motornya belum tersedia di bengkelnya, ini yang akan menjadikan SONIC sebagai rival terberat Satria yang akan bermasalah terhadap keinginan dan angan-angan pelanggan Suzuki kepada kepuasan mereka. Akan

tetapi eksistensi motor Suzuki Satria ini masih diminati sebagai salah satu andalan motor bebek sport dijalanan.

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik dengan mengambil penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dealer Motor Suzuki Satria di Kebayoran Lama Jakarta Selatan”.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang ada, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan?
2. Bagaimanakah Bauran Promosi secara parsial berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan?
3. Bagaimanakah Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi secara simultan berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan?
4. Apakah Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan?
5. Apakah Bauran Promosi secara parsial berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan?
6. Apakah Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi secara simultan berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan?

1.2.2 Batasan Masalah

Adapun untuk pembatasannya yang menjadi ruang lingkup pada penelitian ini meliputi pelanggan motor Suzuki khususnya pengguna motor Suzuki Satria. Yaitu untuk mencari tahu dan ingin mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas (*independen*) variabel yang mempengaruhinya yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Bauran Promosi (X_2), serta variabel terikat (*dependen*) variabel yang dipengaruhi yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Objek analisis penelitian ini bertempat di Dealer Motor Suzuki Kebayoran Lama Jakarta Selatan.

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan judul dan survey serta data yang akan diolah oleh penulis, maka rumusan masalah yang dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Dealer Motor Suzuki Satria di Kebayoran Lama Jakarta Selatan?
2. Bagaimana Bauran Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Dealer Motor Suzuki Satria di Kebayoran Lama Jakarta Selatan?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Dealer Motor Suzuki Satria di Kebayoran Lama Jakarta Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam survey yang akan dilaksanakan kepada beberapa pihak yang dikembangkan disini adalah “faktor apa saja yang dapat mempengaruhi terhadap Kepuasan Pelanggan Dealer Motor Suzuki?”

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Dealer Motor Suzuki Satria di Kebayoran Lama Jakarta Selatan.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh secara parsial Bauran Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Dealer Motor Suzuki Satria di Kebayoran Lama Jakarta Selatan.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh secara simultan Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Dealer Motor Suzuki Satria di Kebayoran Jakarta Selatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi kepada konsumen dalam pembelian sepeda motor.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan tambahan informasi yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan bersangkutan sehingga dapat digunakan dalam menentukan langkah-langkah yang harus diambil.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi mengenai pemasaran.



DAFTAR PUSTAKA

- Adriani. (2015). *Metode Penelitian Manajemen: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Stainlessindo Anugrah Karya*. Batam.
- Adriansyah (2015). *Manajemen Transportasi Dalam Kajian dan Teori*. Penerbit: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama. Jakarta.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2011). *Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan*. *Bisnis & Birokrasi Journal*, 17(2).
- Augusty. (2013). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Belch & Belch. (2013). *Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. McGraw Hill. New York.
- Darmadi Durianto. (2013). *Strategi Menaklukan Pasar*, PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Daryanto dan I Setyabudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gava Media. Yogyakarta.
- Durianto, Sugiarto, Widjaja dan Supraktino. (2013). *Inovasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif: Strategi, program dan tehnik pengukuran*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Farooq, M. S., Salam, M., Fayolle, A., Jaafar, N., & Ayupp, K. (2018). *Impact of service quality on customer satisfaction in Malaysia airlines: A PLS-SEM approach*. *Journal of Air Transport Management*, 67, 169-180.

- Fernando, R. (2017). *Tinjauan Pelayanan Purna Jual Pada Bagian Service di Auto 2000 Cabang Soekarno Hatta (Doctoral dissertation, Universitas Widyatama)*. Bandung.
- Fandy Tjiptono, Ph.D. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Ghazali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivaries dengan Program IBM SPSS 21 update PLS Regresi*. Edisi 7. ISBM: 2088: 0685. Universitas Syiah Kuala. Sumatra.
- Gitosudarmo, Indiryono. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan ketiga, Edisi kedua. BPFE. Yogyakarta
- Guspul, Ahmad. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah*. Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNISIQ, 1(1), 40-54. Wonosobo.
- Gulla, R., Oroh, S. G., & Roring, F. (2015). *Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada hotel Manado Grace inn*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 3(1). Sulawesi.
- Irawan. (2014). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Edisi kedua 2002. Elex Media Komputindo. Jakarta
- Kinney, Thomas C. dan Taylor, James R. (2013). *Riset Pemasaran: Pendekatan terpadu jilid 1*. Erlangga. Jakarta
- Kotler dan Keller. (2014:582). *Manajemen Pemasaran edisi ketigabelas jilid 1 dan 2 dialih bahasakan oleh Bob Sabran*, Erlangga. Jakarta

- Kotler Philip, Amstrong Gary. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2014). *Prinsip-prinsip Manajemen*. Edisi 14, Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotter, John. (2014). *Leading Change*. Harvard Business School Press.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Armstrong, Kotler (2015). “*Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*”, Pearson Education, Inc. England
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2018). *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2018). *Principle Of Marketing, 17th edition*. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Lenzun, J. J., Massie, J. D., & Adare, D. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2(3).
- Malita, Laura. (2014). *Social Media Time Management Tolls dan Tips*, *Procedia Computer Science* 3, 747-753.
- Michael B. P. (2015). *Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 2 (3). Sulawesi.
- Munte, S., & Sutrisna, E. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Pada PT Capella*

Dinamik Nusantara Duri. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(2), 1-13. Pekanbaru.

M. N. Nasution, (2015) *Manajemen Mutu Terpadu*. Ghalia Indonesia Nasith, Bogor.

A.F., & Hidayat, W. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Yamaha Vixion PT. Mataram Sakti Setia Budi). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), 184-192. Semarang.

Normasari, S. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan Survei Padatamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2). Jawa Timur.

Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9. Salemba Empat. Jakarta.

Prisgunanto, Ilham. (2016). *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik*. Ghalia Indonesia. Bogor.

Priyatno, Dwi. (2012). *SPSS untuk versi 21*. Andi, Yogyakarta.

Publhiser Royan, Frans M. (2014). *Marketing Celebrities*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.

Putri, A. H. P. D., Waluyo. H., & Ngatno, N. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Jazz (Studi Kasus Pada Honda Semarang Center Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 91-100. Semarang.

Rangkuti, Freddy. (2013). *“Creating Effective Marketing Plan”*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

- Royan, Frans M. (2015). *Marketing Celebrities*. Penerbit: PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Santoso, Singgih dan Tjiptono, Fandy. (2013), *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta
- Schiffman dan Kanuk (2017). *Perilaku Konsumen. Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip*. Penerbit: Indeks. Jakarta.
- Setiadi, Nugroho J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Prenada Media, Jakarta
- Shimp, A. Terence. (2013). *Periklanan Promosi. Jilid I*, Erlangga, Jakarta
- Shimp, Terence A. (2015). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Ed5. Jilid I. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Simamora, Bilson. (2012). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Penerbit: Pustaka Utama. Surabaya.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit: PT Alfabet. Bandung.
- Sumawardani, S., Minarsih, M. M., & Warso, M. M. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Desain, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Peningkatan Penjualan Di Percetakan Teaching Factory Gradasi Semarang*. *Journal of Management*, 2(2). Semarang.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. (Cetakan Pertama). CAPS (Center for Academic Publishing Service). Yogyakarta.
- Suparyanto, Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit: In Media. Bogor.
- Sutisna. (2013). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Penerbit: Remaja Rosdakarya. Bandung.

Swastha, Basu dan Irawan. (2015). *Asas-asas Marketing*. Penerbit: Liberty. Yogyakarta.

Thalia. (2018). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Salutgo*. Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma. Depok, Jawa Barat.

Tjipto dan Chandra (2012:121). *Pemasaran Stratejik*. ANDI: Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy & Chandra. (2016). *Service Quality Satisfaction.*; CV. Andi Offset. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Yuriansyah, A. L. (2013). *Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan, Nilai Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Management Analysis Journal, 2(1).