

# PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ALFAMART DI SUNTER

Oleh :

Nama : **Andrea Herianto**

NIM : **20130303**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi *Marketing*



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**JULY 2017**

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## PENGESAHAN

### PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ALFAMART DI SUNTER

**Diajukan Oleh :**

**Nama : Andrea Herianto**

**NIM : 20130303**

**Jakarta, 28 Agustus 2017**

**Disetujui Oleh:**

Pembimbing



**(Ir. Lily Harjati M.M)**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2017**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## ABSTRAK

Andrea Herianto / 20130303 / 2017 / Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Konsumen Alfamart di Sunter / Pembimbing Ir. Lily Harjati M.M.

Kepuasan konsumen yang tinggi akan menguntungkan perusahaan karena perusahaan menjadi kurang efisien dan efektif, Semakin disadari bahwa pelanggan merupakan aset bagi perusahaan. Secara umum pengertian Kualitas Layanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen. Promosi Penjualan adalah Suatu kegiatan yang dimaksud untuk membantu mendapatkan konsumen dan menyadarkan konsumen akan eksistensi produk atau jasa suatu perusahaan. Sedangkan *Kepuasan Konsumen* adalah evaluasi persepsi terhadap perbedaan antara ekspektasi awal dan kinerja actual produk sebagaimana dipersepsikan setelah mengkonsumsi produk. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kondisi dan pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Konsumen

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi beserta indikator-indikator dari kualitas layanan, promosi penjualan, dan kepuasan konsumen

Objek dari penelitian ini adalah konsumen yang sedang dan pernah berbelanja di Alfamart Sunter Jakarta. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data, sedangkan untuk pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability* sampling dengan teknik *accidental sampling* (pemilihan tidak sengaja). Data diolah dengan menggunakan skala likert dan perhitungan statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan Promosi Penjualan terhadap kepuasan konsumen digunakan Regresi Linear Berganda. Untuk perhitungan Regresi Linear Berganda, penulis menggunakan *software* SPSS 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (2) Promosi Penjualan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua hipotesis yang ada dalam penelitian terbukti dan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung.

*Kata kunci: Kualitas Layanan, Promosi Penjualan, Kepuasan Konsumen*







## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas semua berkat yang telah diberikanNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diberikan kepada penulis dengan baik dan benar, serta dapat menyelesaikan pembuatan pertanggung jawaban hasil penelitian penulis dalam bentuk laporan skripsi ini dengan baik dan dapat dikumpulkan tepat pada waktunya.

Laporan dari skripsi ini, berdasarkan dari apa yang penulis terima tanpa ada melebihi – lebih dari apa yang penulis telah kerjakan selama 1 semester Dimana tempat atau lokasi dari penelitian tersebut beralamatkan di jalan Sunter Hijau Raya, Jakarta Utara, Indonesia. Proses pembuatan skripsi ini dimulai pada bulan Febuari hingga July 2017.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mengorbankan waktunya dalam memberikan kontribusi kepada penulis baik berupa waktu, tenaga, serta pemikiran, sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan sesuai harapan. Oleh sebab itu, melalui kata pengantar ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Ir. Lily Harjati M.M selaku dosen pembimbing yang telah menyisihkan waktunya dalam memberikan pengarahan, bimbingan, dan saran yang sangat berharga, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama penulis menjalani proses perkuliahan, sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.
3. Seluruh staf perpustakaan, BAAK atas pelayanannya yang memuaskan.
4. Bapak Benedict Pradipta sebagai Pengelola dari Alfamart Sunter yang memberikan ijin dalam melakukan penelitian skripsi ini.



# DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Batasan Masalah .....	10
D. Batasan Penelitian .....	10
E. Rumusan Masalah .....	11
F. Tujuan Penelitian .....	11
G. Manfaat Penelitian .....	11
BAB II. LANDASAN TEORI .....	13
A. Kajian Teori .....	13
1. Bauran Pemasaran .....	13
a. Product .....	13
b. Price .....	13
c. Place .....	14
d. Promotion .....	14
2. Kualitas Layanan .....	14

1. Para pembaca yang budhi, sebagai mahasiswa yang sedang melaksanakan tugas akhir ini, penulis merasa senang dan bangga dapat menyelesaikan tugas ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT, orang tua, dosen pembimbing, dan teman-teman yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas ini. Penulis berharap semoga tugas ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

a. Reliability .....	15
b. Responsiveness .....	15
c. Assurance .....	15
d. Emphaty .....	15
e. Tangible .....	15
3. Promosi .....	16
a. Advertising .....	16
b. Promosi Penjualan .....	16
c. Personal Selling .....	17
d. Public Relations .....	17
e. Direct Marketing .....	17
3. Promosi Penjualan.....	18
a. Rebates.....	18
b. Price Packs.....	18
c. Promotional Product .....	19
3. Kepuasan Konsumen.....	19
a. Kepuasan pelanggan keseluruhan .....	20
b. Konfirmasi harapan .....	20
c. Minat membeli ulang .....	20
d. Kesiediaan untuk merekomendasi .....	20
B. Penelitian terdahulu .....	21
C. Kerangka Pemikiran .....	30
D. Hipotesis Penelitian .....	33
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
A. Pengantar .....	34

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





B. Desain Penelitian .....	34
C. <del>Objek Penelitian</del> .....	36
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian .....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
F. Teknik Pengumpulan Sampel.....	39
G. Teknik Analisis Data .....	39
1. Uji Validitas .....	39
2. Uji Reliabilitas .....	40
3. Analisis Presentasi .....	40
4. Skala Likert .....	41
5. Uji Asumsi Klasik.....	43
a. Uji Normalitas .....	43
b. Uji Multikolonieritas .....	43
c. Uji Heteroskeditas.....	44
d. Uji Autokorelasi .....	44
6. Analisis Regresi Berganda .....	45
a. Uji Keberatian Model (Uji F) .....	46
b. Uji Signifikan Koefisien (Uji t).....	47
c. Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	47
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	49
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	49
B. Analisis Deskriptif .....	51
1. Uji Validitas .....	51
2. Uji Reliabilitas .....	54
3. Analisis Profil Responden.....	55

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,  
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun  
tanpa izin IBKKG.

**© Hak cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

4. Analisis Variabel Penelitian.....	57
<b>©</b> 5. Pengujian Asumsi Klasik.....	61
a. Uji Normalitas .....	61
b. Uji Multikolonieritas .....	62
c. Uji Heteroskeditas.....	63
d. Uji Autokorelasi .....	64
6. Analisis Regresi Linier Berganda .....	65
a. Uji Keberatian Model (Uji F) .....	66
b. Uji Signifikan Koefisien (Uji t).....	66
c. Koefisien Determinasi (R2).....	68
C. Hasil Penelitian.....	68
D. Pembahasan .....	70
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>74</b>
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>77</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbedaan Dimensi Pasar Tradisional Dengan Pasar Modern.....	3
Tabel 1.2	Jumlah Gerai Minimarket Periode 2016.....	4
Tabel 1.3	Data Penjualan Alfamart Sunter Periode 2016.....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	36
Tabel 3.2	Bobot nilai.....	38
Tabel 3.3	Analisa Durbin Watson.....	45
Tabel 4.1	Uji Validitas Kualitas Layanan.....	52
Tabel 4.2	Uji Validitas Promosi Penjualan.....	53
Tabel 4.3	Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	53
Tabel 4.4	Uji Reliabilitas Kualitas Layanan.....	54
Tabel 4.5	Uji Reliabilitas Promosi Penjualan.....	54
Tabel 4.6	Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen.....	55
Tabel 4.7	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.8	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	56
Tabel 4.9	Profil Responden Berdasarkan Sering Belanja.....	56
Tabel 4.10	Skor rata-rata Kualitas Layanan .....	57
Tabel 4.11	Skor rata-rata Promosi Penjualan .....	58
Tabel 4.12	Skor rata-rata Kepuasan Konsumen .....	60
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas .....	61
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolineritas .....	62
Tabel 4.15	Hasil Uji Heteroskeditas .....	63
Tabel 4.16	Hasil Uji Autokorelasi .....	65
Tabel 4.17	Hasil Uji Keberartian model (Uji F).....	66

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.18 Hasil Uji Signifikansi Koefisien (Uji t) ..... 67

Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) ..... 68

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4.1 Logo Alfamart.....	49
Gambar 4.2 Scatterplot Kepuasan Konsumen .....	64

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.