

**HUBUNGAN KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. CAHAYA  
KARUNIA PERSADA DI WILAYAH JAKARTA BARAT**

**Oleh:**

**Nama: Galen Ewaldo**

**NIM: 29150188**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat**

**Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**

**Program Studi Manajemen**

**Konsentrasi Pemasaran**



**KWIK KIAN GIE**  
**SCHOOL OF BUSINESS**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**SEPTEMBER 2022**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

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.

## PENGESAHAN

# HUBUNGAN KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT.CAHAYA KARUNIA PERSADA DI WILAYAH JAKARTA BARAT

**Diajukan Oleh:**

**Nama: Galen Ewaldo**

**MM: 29150188**

**Jakarta, 2 September 2022**

**Disetujui oleh :**

**Pembimbing**



**(Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M)**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**SEPTEMBER 2022**



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.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena masih diberikan kesehatan, dan kekuatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul **“Hubungan Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Cahaya Karunia Persada di wilayah Jakarta Barat”**. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam upaya menyusun laporan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak doa, bantuan, bimbingan, kritik, saran, dukungan, dan nasihat dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan rasa hormat peneliti ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada berbagai pihak yang sebesar – besarnya, yaitu :

1. Prof.Dr.Ir.Bilson Simamora, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, kritik serta saran ditengah kesibukan beliau untuk membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen dan staf pengajar Kwik Kian Gie School of Business yang telah mengajar dan memberikan semangat kepada penulis dari semester awal hingga akhir dengan sabar sehingga penulis dapat menyelesaikan semua mata kuliah yang diikuti dengan cukup baik.
3. Orang Tua, Adik, Keluarga Besar yang senantiasa selalu mendoakan, mendukung, memberikan semangat, dan memotivasi penulis selama penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
4. Teman – teman penulis yang telah mendukung, mendoakan, memotivasi, dan memberikan semangat tiada henti dalam proses penyusunan skripsi ini khususnya teman satu angkatan 2015 yaitu Anton, Kevin Eka Suryaputra, Laura Sintia, Regina.



5. Teman – teman Komunitas rohani kristen PD MALEAKHI di IBIKKG yang selalu mendoakan, mendukung, dan memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.

6. Teman – teman Komunitas rohani kristen Youth Trigger di Gereja GBI JL. Mutiara yang selalu mendoakan, mendukung, dan memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.

7. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk dimintai informasi oleh penulis.

8. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu - persatu yang telah membantu dan berkontribusi dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan cukup baik.

Penulis meyakini bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan mempunyai keterbatasan baik isi maupun penyajiannya. Karena itu penulis dengan hati terbuka akan menerima segala saran dan kritik yang membangun dari pembaca guna kesempurnaan dari skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan serta masukan bagi penelitian skripsi selanjutnya.

Jakarta, September 2022

Galen Ewaldo

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



## ABSTRAK

Galen Ewaldo / 29150188 / 2022 / Hubungan Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Cahaya Karunia Persada di wilayah Jakarta Barat / Bapak Prof.Dr.Ir.Bilson Simamora, M.M.

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil teh terbaik di dunia. Hampir setengah dari produksi teh diekspor keluar negeri. Bahkan, teh sendiri sangat lekat di hati masyarakat Indonesia untuk konsumsi sepanjang waktu. Maka tak heran apabila kepopulerannya kian meroket karena mudah dikonsumsi dengan beragam usia dan status ekonomi, bahkan telah menjadi budaya di beberapa negara. Kini ada beragam jenis teh di pasaran demi memuaskan selera orang akan aroma serta rasa teh.. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Hubungan Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Cahaya Karunia Persada di Wilayah Jakarta Barat.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan berbagai teori untuk lebih memahami pengertian dan konsep yang berhubungan dengan pembahasan skripsi ini. Teori-teori tersebut meliputi: Teori Kualitas Layanan, Promosi Penjualan, dan Kepuasan Pelanggan. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah diferensiasi kualitas layanan dan promosi penjualan, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang dilakukan dengan menyebarkan kuisioner dalam bentuk *google form*. Objek dari penelitian ini adalah responden PT.Cahaya Karunia Persada.Sedangkan yang akan menjadi sampel pada penelitian ini adalah pelanggan PT.Cahaya Karunia Persada (*Blesstea*). Prosedur pengambilan sampel sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh penulis dengan faktor pertimbangannya yaitu responden atau pelanggan pada PT.Cahaya Karunia Persada.Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, analisis deskriptif, dan uji korelasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan promosi penjualan memiliki hubungan positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan hasil tersebut dapat mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan dan promosi penjualan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas layanan dan promosi penjualan terbukti berkorelasi positif terhadap kepuasan pelanggan sesuai dengan penelitian terdahulu. Penulis menyarankan agar PT.Cahaya Karunia Persada dapat melakukan penelitian dan pengembangan agar dapat menyesuaikan dengan perkembangan zaman dan kebutuhan pelanggan di masa yang akan datang.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Promosi Penjualan, Kepuasan Pelanggan

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

Copyright © 2022 by IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



## ABSTRACT

Galen Ewaldo / 29150188 / 2022 / *Relationship of Service Quality and Sales Promotion on PT. Cahaya Karunia Persada Customer Satisfaction in West Jakarta Area* / Prof.Dr.Ir.Bilson Simamora, M.M.

Indonesia is one of the best tea producing countries in the world. Nearly half of tea production is exported abroad. In fact, tea itself is very close to the hearts of Indonesian people for consumption all the time. So do not be surprised if its popularity is skyrocketing because it is easy to consume with various ages and economic statuses, it has even become a culture in several countries. Now there are various types of tea on the market in order to satisfy people's tastes for the aroma and taste of tea. Therefore, researchers are interested in conducting a study entitled *The Relationship of Service Quality and Sales Promotion To Customer Satisfaction At PT. Cahaya Karunia Persada in the West Jakarta Region*.

In this study, the author uses various theories to better understand the meanings and concepts related to the discussion of this thesis. These theories include: *Service Quality Theory, Sales Promotion, and Customer Satisfaction*. The variables in this study are divided into two types, namely the independent variable and the dependent variable. The independent variable in this study is the differentiation of service quality and sales promotion, while the dependent variable in this study is customer satisfaction.

Sampling in this study were 100 respondents who were carried out by distributing questionnaires in the form of google form. The object of this research is the respondent PT. Cahaya Karunia Persada. Meanwhile, the samples in this study are customers of PT. Cahaya Karunia Persada. The sampling procedure is in accordance with the criteria that have been determined by the author with the consideration factor, namely the respondent / customer at PT. Cahaya Karunia Persada. The data analysis technique used is validity test, reliability test, descriptive analysis, and correlation test.

The results of this study indicate that the variables of service quality and sales promotion have a positive relationship to customer satisfaction. With these results, it can be indicated that the better the quality of service and sales promotion, the more customer satisfaction will be.

The conclusion of this study is that service quality and sales promotion have a positive correlation with customer satisfaction in accordance with previous research. The author suggests that PT. Cahaya Karunia Persada can conduct research and development in order to adapt to the times and customer needs in the future.

**Keywords:** *Service Quality, Sales Promotion, Customer Satisfaction*

# DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Pengesahan .....	ii
Kata Pengantar .....	iii
Abstrak .....	v
Abstract .....	vi
Daftar Isi .....	vii
Daftar Tabel .....	ix
Daftar Gambar .....	x
Daftar Lampiran .....	xi
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	17
C. Batasan Penelitian .....	18
D. Rumusan Masalah .....	18
E. Tujuan Penelitian .....	18
F. Manfaat Penelitian .....	19
<b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA</b> .....	21
A. Landasan Teori.....	21
1. Kualitas Layanan .....	21
a. Konsep dan Pengertian Kualitas Layanan .....	21
b. Dimensi Kualitas Layanan .....	23
c. Karakteristik Kualitas Layanan .....	23
d. Manfaat Kualitas Layanan .....	25
e. Metode Pengukuran Kualitas Layanan .....	26
2. Promosi Penjualan .....	27
a. Konsep dan pengertian Promosi Penjualan.....	27
b. Dimensi Promosi Penjualan .....	30
c. Karakteristik Promosi Penjualan.....	32
d. Tujuan Promosi Penjualan .....	33
e. Metode Pengukuran Promosi Penjualan .....	34
3. Kepuasan Pelanggan .....	35
a. Definisi Kepuasan Pelanggan .....	35
b. Konsep Kepuasan Pelanggan .....	36
c. Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	37
d. Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	39





e. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	40
B. Penelitian Terdahulu .....	42
C. Kerangka Pemikiran.....	44
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>47</b>
A. Objek Penelitian.....	47
B. Desain Penelitian .....	47
C. Variabel Penelitian.....	49
D. Teknik Pengambilan Sampel .....	59
E. Teknik Pengumpulan Data.....	59
F. Teknik Analisis Data.....	60
1. Uji Validitas .....	60
2. Uji Reliabilitas .....	61
3. Analisis Deskriptif .....	62
4. Skala Likert.....	64
5. Uji Korelasi.....	65
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	67
1. Profil PT.Cahaya Karunia Persada(CAKAP) .....	67
2. Visi dan Misi.....	68
3. Logo Perusahaan.....	68
4. Jenis produk PT.Cahaya Karunia Persada(CAKAP).....	68
B. Analisis Deskriptif .....	69
1. Uji Validitas .....	70
2. Uji Reliabilitas .....	74
3. Profil Responden.....	75
4. Rata – rata ( <i>Mean</i> ) .....	78
5. Modus & Median .....	84
C. Hasil Penelitian .....	88
1. Uji Korelasi.....	88
D. Pembahasan.....	90
<b>BABV : KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>93</b>
A. Kesimpulan .....	94
B. Saran .....	94
Daftar Pustaka.....	96
Lampiran.....	98

Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 Tabel

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Kualitas Layanan terhadap Kepuasan pelanggan .....	42
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Promosi Penjualan terhadap Kepuasan pelanggan .....	43
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan .....	51
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Promosi Penjualan .....	55
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	58
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan .....	70
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Promosi Penjualan .....	72
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan .....	73
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan .....	74
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi Penjualan .....	74
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	75
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	75
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	76
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	77
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan (Mean) .....	78
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Promosi Penjualan (Mean) .....	80
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (Mean) .....	82
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan (Modus & Median) .....	84
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Promosi Penjualan (Modus & Median) .....	86
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (Modus & Median) .....	87
Tabel 4.16 Uji Korelasi .....	88

1. Dilarang menyalin atau menjiplak seluruh atau sebagian isi dari karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.  
 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.

## Daftar Gambar

Gambar 1.1	Jumlah Terpapar COVID-19 Di Indonesia .....	3
Gambar 2.2	Jajaran Produk PT. Cahaya Karunia Persada .....	15
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 4.1	Logo PT. Cahaya Karunia Persada (CAKAP) .....	68
Gambar 4.2	Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Layanan .....	79
Gambar 4.3	Skor Rata-Rata Variabel Promosi Penjualan .....	81
Gambar 4.4	Skor Rata-Rata Variabel Kepuasan Pelanggan .....	83

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin, menduplikasi, atau memperbanyak atau menyebarkan 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 Lampiran

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	98
Lampiran 2 Profil Responden .....	103
Lampiran 3 Data Hasil Kuisisioner Variabel Kualitas Layanan .....	109
Lampiran 4 Data Hasil Kuisisioner Variabel Promosi Penjualan .....	112
Lampiran 5 Data Hasil Kuisisioner Variabel Kepuasan Pelanggan .....	115
Lampiran 6 Data Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan.....	118
Lampiran 7 Data Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Promosi Penjualan.....	119
Lampiran 8 Data Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	120
Lampiran 9 Hasil Analisis Mean,Median, & Modus Variabel Kualitas Layanan .....	121
Lampiran 10 Hasil Analisis Mean,Median, & Modus Variabel Promosi Penjualan .....	125
Lampiran 11 Hasil Analisis Mean,Median, & Modus Variabel Kepuasan Pelanggan.....	128
Lampiran 12 Hasil Analisi Uji Korelasi .....	130

© Hak Cipta Milik IBI KTG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau seluruhnya atau sebagian dari tulisan, gambar, atau karya ilmiah yang ada dalam buku ini tanpa izin dari penerbit.

a. Pengutipan hanya untuk keperluan 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.