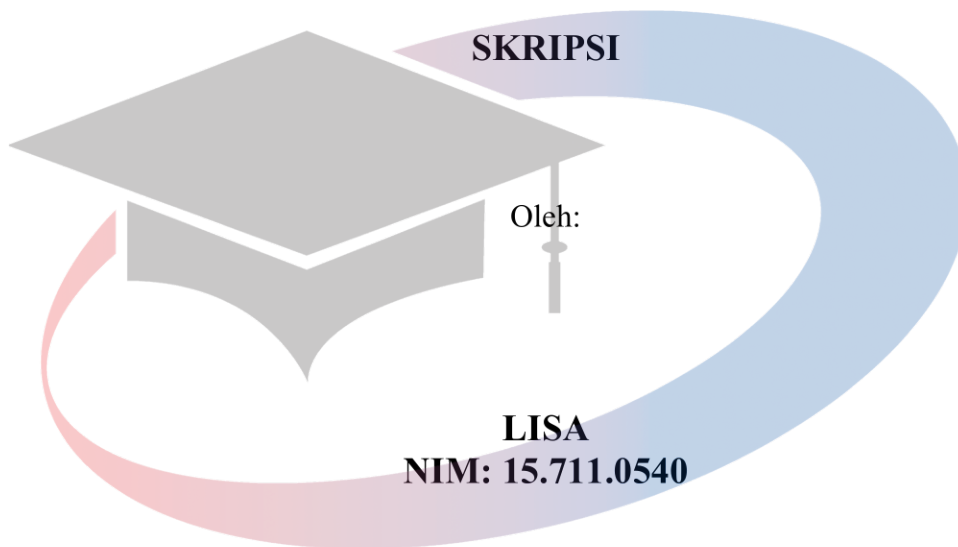


**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT. CHARISMA RASA SAYANG
TOUR & TRAVEL**



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL
MEDAN
2019**

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE, AND
PROMOTION TOWARD CUSTOMER SATISFACTION
ON PT. CHARISMA RASA SAYANG
TOUR & TRAVEL**

FINAL RESEARCH



By:

LISA

Student Number : 15.711.0540

**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL
MEDAN
2019**

LEMBARAN PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT. CHARISMA RASA SAYANG
TOUR & TRAVEL**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh :

LISA
NIM : 15.711.0540

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I


(Hanny Siagian, S.E., M.Si.)

Medan, 20 Agustus 2019

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi
Manajemen,


(Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M.)

LEMBARAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE- Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : Lisa
NIM : 15.711.0540
Peminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Charisma Rasa Sayang Tour & Travel.

Tempat Penelitian : PT. Charisma Rasa Sayang Tour & Travel.

Alamat Tempat Penelitian : Jl. Brigjend Katamso No.45-R Medan.

No. Telepon Tempat Penelitian : 061 - 4558333

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel, dan buku,

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 20 Agustus 2019
Saya yang membuat pernyataan,



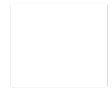
(Lisa)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Charisma Rasa Sayang Tour & Travel, baik secara simultan maupun parsial. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan tetap PT. Charisma Rasa Sayang Tour & Travel sebanyak 102 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive* sampel sebanyak 81 responden. Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian, secara parsial kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nilai Koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang di peroleh sebesar 0,543 atau 54,3%, artinya kemampuan variabel kualitas pelayanan, harga dan promosi dalam menjelaskan variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 54,3% sedangkan sisanya yaitu sebesar 45,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Kepuasan Pelanggan*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL



ABSTRACT

This study aims to determine the influence of service quality, price and promotion toward customer satisfaction on PT. Charisma Rasa Sayang Tour & Travel, both simultaneously and partially. The type of research used in this study is descriptive quantitative. The population in this study were all regular customers of PT. Charisma Rasa Sayang Tour & Travel, which are 102 customers. The sampling technique used purposive sampling as many as 81 respondents. The data analysis method used to answer the hypothesis is multiple linear regression analysis. Based on the results of the study, partially, service quality, price and promotion have an effect on customer satisfaction. Simultaneously, service quality, price and promotion have an effect on customer satisfaction. The value of coefficient of determination (adjusted R^2) obtained by 0.543 or 54,3%, meaning that customer satisfaction is explained by service quality, price and promotion as much as 54,3%, while the remaining 45,7% is explained by other variables not examined in this research.

Kata kunci: Service Quality, Price, Promotion, Customer Satisfaction

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat kemurahanNya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Charisma Rasa Sayang Tour & Travel”. Yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini saya dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Hanny Siagian, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I sekaligus Dosen Wali, yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Maggee Senata, S.E., M.Si., selaku Dosen Pendamping Pembimbing yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M., selaku Ketua STIE Mikroskil Medan.
4. Bapak Djoni, S.Kom., M.T.I., selaku Wakil Ketua I STIE Mikroskil Medan.
5. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.
6. Dosen STIE – Mikroskil yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
7. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan, terima kasih atas kerja samanya.
8. Orang tua penulis, Ibu Linda dan Bapak Tjei yang selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga.
9. Sahabat-Sahabat penulis Lady Pretty, Jenita Krisni, Cindy Jaya, Sherly dan Felice serta teman seangkatan yang selalu memberi penulis masukan dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

10. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 20 Agustus 2019

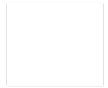
Penulis,



(Lisa)

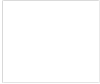


UNIVERSITAS MIKROSKIL



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Ruang Lingkup.....	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6. Originalitas Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1. Manajemen Pemasaran	10
2.1.2. Kepuasan Pelanggan	15
2.1.3. Kualitas Pelayanan.....	20
2.1.4. Harga.....	29
2.1.5. Promosi	37
2.2. Review Peneliti Terdahulu.....	47
2.3. Kerangka Konseptual.....	51
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	52
2.4.1. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	53
2.4.2. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	53
2.4.3. Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	54
2.4.4. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	55
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	56
3.1. Jenis Penelitian.....	56
3.2. Objek Penelitian.....	56
3.3. Populasi dan Sampel	56

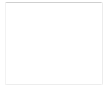


3.4. Metode Pengumpulan Data.....	57
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	59
3.6. Metode Analisis Data.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1. Hasil Penelitian	66
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	66
4.1.2. Visi dan Misi PT. Charisma Rasa Sayang Tour & Travel.....	67
4.1.3. Struktur Organisasi	67
4.1.4. Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	69
4.1.5. Gambaran Umum Responden.....	70
4.1.6. Hasil Statistik Deskriptif.....	72
4.1.7. Hasil Uji Kualitas Data	75
4.1.8. Hasil Uji Asumsi Klasik	82
4.1.9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	86
4.1.10. Hasil Uji Hipotesis.....	87
4.2. Pembahasan.....	89
4.2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	89
4.2.2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	90
4.2.3. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	90
4.2.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1. Kesimpulan	93
5.2. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	95



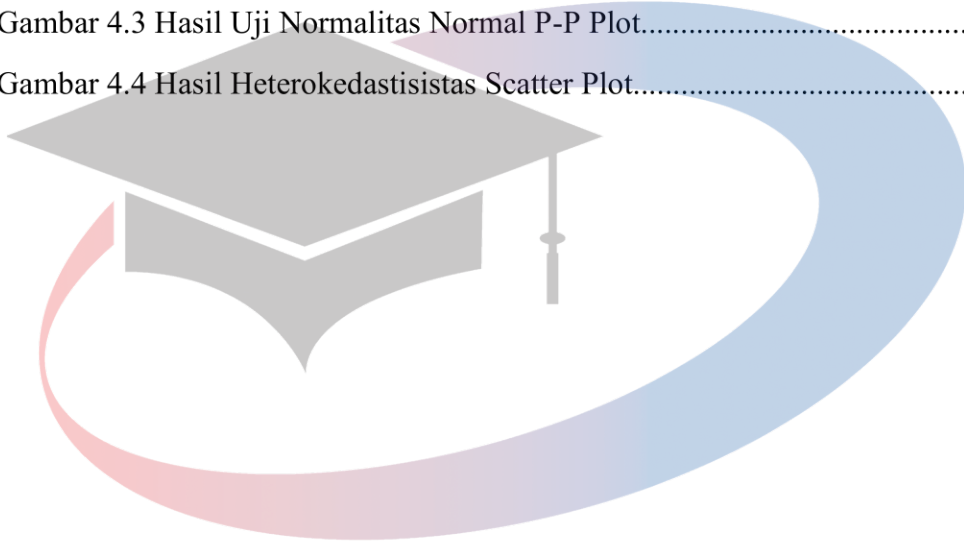
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Komplain Pelanggan Tahun 2018.....	4
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Paket Travel.....	5
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu.....	49
Tabel 3.1 Skala Likert.....	58
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	59
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner.....	70
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan....	72
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....	73
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi.....	73
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.	74
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	75
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Harga.....	76
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Promosi.....	78
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	79
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	80
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Harga.....	80
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Promosi.....	81
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan.....	81
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	83
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas.....	84
Tabel 4.20 Hasil Uji Glejser.....	85
Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	86
Tabel 4.22 Hasil Uji Parsial (Uji-t).....	87
Tabel 4.23 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	88

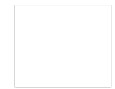


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Data Komplain Pelanggan.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	52
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	68
Gambar 4.2 Hasil Grafik Histogram.....	82
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Normal P-P Plot.....	83
Gambar 4.4 Hasil Heterokedastisitas Scatter Plot.....	85



UNIVERSITAS MIKROSKIL



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	98
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	104
Lampiran 3 Hasil Statistik dan Uji.....	114
Lampiran 4 Tabel Distribusi.....	128



UNIVERSITAS MIKROSKIL