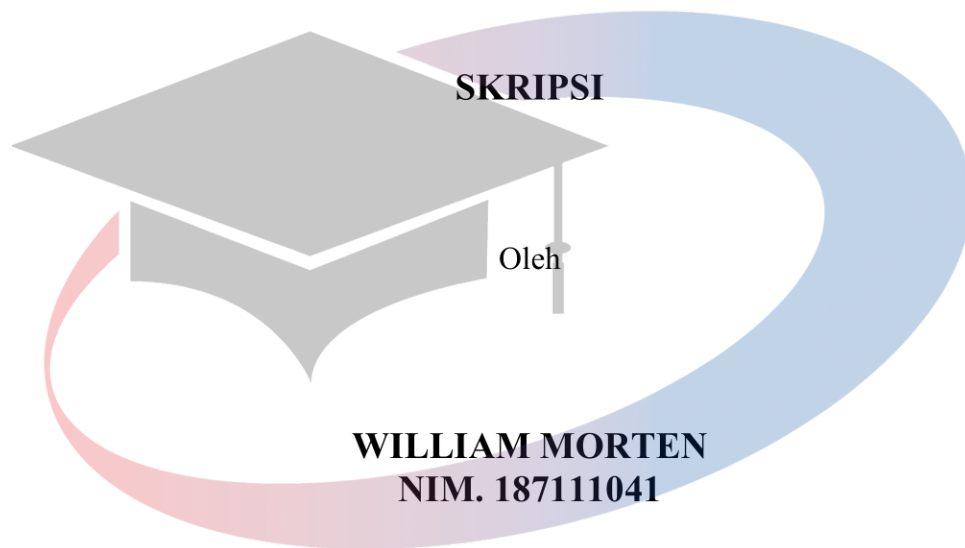


**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN MOBIL AVANZA PADA PT.
TOYOTA ASTRA MOTOR AUTO
2000 MEDAN PANCING**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
2022**

**LEMBARAN PENGESAHAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN MOBIL AVANZA PADA PT.
TOYOTA ASTRA MOTOR AUTO
2000 MEDAN PANCING**

SKRIPSI


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

Oleh :

**WILLIAM MORTEN
187111041**

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing,


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

Medan, 21 Juli 2022

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Prodi Studi

Manajemen


UNIVERSITAS
MIKROSKIL

(Apren Naloroman Hutason, S.E., M.Si.)

LEMBARAN PERNYATAAN

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

Nama : William Morten
NIM : 187111041
Peminatan : Manajemen Bisnis

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

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Toyota Avanza pada PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing
Tempat Penelitian : PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing
Alamat Tempat Penelitian : Jl. Pancing No.10 Kota Medan
No. Telepon : 061-6622000

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 Universitas 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 Universitas 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, Universitas 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, 26 Juli 2022

Saya yang membuat pernyataan,



William Morten

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen mobil avanza pada PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen mobil avanza PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing. Teknik sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan metode *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel secara kebetulan. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen mobil avanza PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen mobil avanza PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing, harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen mobil avanza PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing, promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen mobil avanza PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing. Secara simultan kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen mobil avanza pada PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing. Kepuasan konsumen mobil avanza PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing dipengaruhi oleh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan promosi sebesar 84,4% sedangkan sisanya 15,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui dalam penelitian ini.

Kata kunci: kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan promosi

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, service quality, price and promotion on Avanza consumer satisfaction at PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing. This type of research is a descriptive research with a quantitative approach. The population in this study is the consumer of Avanza PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing. The sampling technique used is non-probability sampling with accidental sampling method is a technique of making samples by chance. The results showed that partially product quality had no effect on consumer satisfaction of Avanza PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing, service quality influenced consumer satisfaction of Avanza PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing, price affected consumer satisfaction of Avanza PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing, promotion affects consumer satisfaction Avanza PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing. Simultaneously product quality, service quality, price and promotion affect consumer satisfaction Avanza at PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing. the purpose of consumers avanza car PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Quality is influenced by product quality, price and promotion by 84.4% while the remaining 15.6% is influenced by other unknown variables in this study.

Keywords: *product quality, service quality, price and promotion*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatNya, saya dapat menyelesaikan tugas akhir saya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Avanza Pada PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas 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 terimakasih kepada:

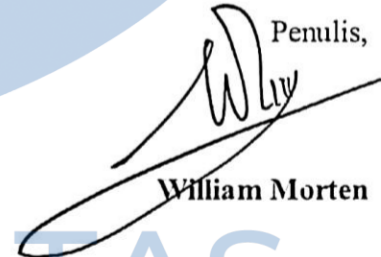
1. Ibu Hanny Siagian, S.E., M.Si. selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Sherly Joe, S.Kom., M.M. selaku Dosen pendamping pembimbing yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Dr. Pahala Sirait, S.T., M.Kom, selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil.
6. Ibu Purnaya Sari Tarigan, S.E., M.Si. selaku Dosen wali yang telah membina saya dari awal sampai dengan saat ini.
7. Dosen Universitas Mikroskil yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
8. Kepada kedua Orang tua saya beserta seluruh keluarga yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan yang tak terhingga.

9. Seluruh Konsumen Toyota Avanza pada PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing atau responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan.
10. Sahabat – sahabat penulis, Stefanie Pujiastuti, Hendra, Hendrik, Emily, Clarence
11. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masing 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, 22 Juli 2022

Penulis,



William Morten

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Originalitas Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	12
2.1.4 Kepuasan Konsumen.....	14
2.1.5 Kualitas Pelayanan	16
2.1.6 Kualitas Produk.....	20
2.1.7 Harga.....	23
2.1.8 Promosi	28
2.2 Review Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Konseptual	37
2.4 Pengembangan Hipotesis	39

2.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Avanza pada PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing.....	40
2.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Avanza pada PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing	40
2.4.3 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Avanza pada PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing.....	41
2.4.4 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Avanza pada PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing.....	42
2.4.5 Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Avanza pada PT. Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Jenis Penelitian.....	45
3.2 Objek Penelitian	45
3.3 Metode Pengumpulan Data	45
3.3.1 Penelitian Lapangan (Data Primer).....	46
3.3.2 <i>Interview</i> (Wawancara)	46
3.3.3 Studi Keperpustakaan (Data Sekunder)	47
3.4 Populasi dan Sampel	47
3.4.1 Populasi.....	47
3.4.2 Sampel.....	47
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	48
3.6 Metode Analisis Data.....	51
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	51
3.6.2 Uji Kualitas Data.....	51
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.6.4 Uji Regresi Linier Berganda	54
3.6.5 Uji Hipotesis	55
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	57
4.1 Hasil Penelitian	57
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	57

4.1.2 Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	61
4.1.3 Gambar Umum Responden	62
4.1.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif	67
4.1.5 Hasil Uji Kualitas data	74
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik	78
4.1.7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	83
4.1.8 Hasil Uji Hipotesis	85
4.2 Pembahasan	88
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	88
4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	88
4.2.3 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	89
4.2.4 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	90
4.2.5 Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	xi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xi



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	39
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Toyota Astra Motor Auto 2000 Medan Pancing59	
Gambar 4.2 Hasil Grafik Histogram Uji Normalitas	78
Gambar 4.3 Hasil Grafik Histogram Uji Normal P-Plo.....	79
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas.....	80
Gambar 4.5 Uji Normalitas Scatterplot.....	82



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Likert.....	46
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	49
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	62
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	64
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Tahun Penggunaan.....	66
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Repetitif Pembelian.....	67
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	68
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....	69
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....	71
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi	72
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen.....	73
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel.....	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Realibilitas Kualitas Produk	76
Tabel 4.14 Hasil Uji Realibilitas Kualitas Pelayanan	76
Tabel 4.15 Hasil Uji Realibilitas Harga	77
Tabel 4.16 Hasil Uji Realibilitas Promosi.....	77
Tabel 4.17 Hasil Uji Realibilitas Kepuasan Konsumen.....	77
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
Tabel 4.19 Hasil Uji Glejser	83
Tabel 4.20 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	84
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Parsial (Uji t)	85
Tabel 4.22 Hasil Pengujian secara Simultan (Uji F).....	87
Tabel 4.23 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2).....	87

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	xi
LAMPIRAN 2 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN.....	xxii
LAMPIRAN 3 HASIL STATISTIK DESKRIPTIF	xxxii
LAMPIRAN 4 LAMPIRAN 4 HASIL PENGOLAHAN DATA SPSS.....	xxxv
LAMPIRAN 5 HASIL UJI ASUMSI KLASIK	xlix
LAMPIRAN 6 HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA	lii
LAMPIRAN 7 HASIL UJI HIPOTESIS	liii
LAMPIRAN 8 HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R^2).....	liv
LAMPIRAN 9 TABEL DISTRIBUSI.....	lv



UNIVERSITAS
MIKROSKIL