

# **RISET KEPUASAN PELANGGAN**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I  
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Oleh:**

**BACTHIAR BAYU DWI KUNCORO**

**B100160023**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2020**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**RISET KEPUASAN PELANGGAN**

**PUBLIKASI ILMIAH**

oleh:

**BACTHIAR BAYU DWI KUNCORO**  
**B100160023**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

**Dosen Pembimbing**



**Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si.**

**NIP: 644**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**RISET KEPUASAN PELANGGAN**

**OLEH**

**BACTHIAR BAYU DWI KUNCORO**

**B100 160 023**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada Hari Sabtu, 2 Mei 2020  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Dewan Penguji:**

1. **Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si.**  
(Ketua Dewan Penguji)
2. **Drs. Agus Muqorrobin, M.M.**  
(Anggota I Dewan Penguji)
3. **Drs. Kusdiyanto, M.Si.**  
(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)

(.....)

(.....)

**Dekan,**



**Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M**  
**NIK. 131602918**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 2 Mei 2020

Penulis,



**BACHTIAR BAYU DWI KUNCORO**

**B100 160 023**

## RISET KEPUASAN PELANGGAN

### Abstrak

Yamaha merupakan perusahaan otomotif yang memproduksi berbagai macam tipe sepeda motor, serta penyedia suku cadang kepada pengguna sepeda motor Yamaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada dealer Yamaha Panggung Motor Jebres, Solo. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuisioner, sampel digunakan dengan teknik non probability sampling. Responden didalam penelitian ini adalah masyarakat di Surakarta yang memakai dan pernah membeli sepeda motor Yamaha dengan jumlah responden sebanyak 100 orang dengan menggunakan variabel independen dan dependen, hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal tersebut dibuktikan dengan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Dealer Yamaha Panggung Motor Jebres, Solo nilai  $t_{hitung} = 4,777 > t_{tabel} = 1,985$  nilai signifikansi 0,000 dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} = 3,821 > t_{tabel} = 1,985$  nilai signifikansi = 0,005 dengan demikian hipotesis pertama dan kedua diterima dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} = 44,641 > F_{tabel} = 3,090$  dengan signifikansi sebesar 0,000 dengan demikian promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang ada di dealer Yamaha Panggung Motor Jebres, Solo.

**Kata Kunci:** promosi, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

### Abstract

Yamaha is an automotive company that manufactures various types of motorcycles, as well as parts suppliers for Yamaha motorcycle users. This research aims to analyze the effect of promotion and service quality on customer satisfaction at Yamaha Panggung Motor Jebres, Solo customer dealers. The data collection technique used in this study was a questionnaire, the sample was used with a non probability sampling technique. Respondents in this research are people in Surakarta who have used and ever bought a Yamaha motorcycle with 100 respondents using independent and dependent variables, the results of this research prove that the promotion and service quality variables significantly influence customer satisfaction. This is evidenced by the promotion effect on customer satisfaction at Yamaha Motorbike Jebres Dealer, Solo  $t_{count} = 4.777 > t_{table} = 1.985$  significance value 0,000 and service quality affect customer satisfaction proven by  $t_{count} = 3.821 > t_{table} = 1.985$  significance value = 0.005 thus the first and second hypotheses accepted proved by the value of  $F_{count} = 44,641 > F_{table} = 3,090$  with a significance of 0,000 thus promotion and service quality significantly influence customer satisfaction at Yamaha Panggung Motor Jebres dealers, Solo.

**Keywords:** promotion, service quality, customer satisfaction

## **1. PENDAHULUAN**

Riset tentang kepuasan pelanggan sangat menarik untuk diteliti karena memberikan hasil yang beragam Rendi (2011), Tjahjaningsih (2013), Putro et al., (2014), I.heryanto (2015), Christian dan Mananeke (2016), Ronal et al., (2016), Khairunissa (2017), Indir. et al., (2018), Suryani (2018), Kholis dan Ferdian (2019) perusahaan maupun pelaku bisnis harus mempunyai strategi pemasaran salah satu cara untuk menarik konsumen menggunakan promosi, untuk mempertahankan konsumen maupun pelanggan yang sudah pernah membeli, perusahaan juga harus meningkatkan kualitas pelayanan dengan harapan mampu meningkatkan kepuasan konsumen maupun pelanggan.

Maka strategi pemasaran dari segi promosi dan kualitas pelayanan diharapkan mampu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, maka dari itu Rendi (2011) menjelaskan bahwa adanya pengaruh signifikan promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Perusahaan terutama dalam hal pelayanan jasa untuk mengetahui penilaian pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan serta strategi promosi untuk menarik pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan, dengan adanya penambahan kualitas pelayanan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, hasil tersebut didukung dengan hasil riset yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut, promosi dan kualitas pelayanan sama-sama mempunyai hasil yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Putro et al., 2014; Tjahjaningsih, 2013)

Didalam penelitian yang dilakukan I.heryanto (2015) menyatakan bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, namun dari beberapa variabel bebas lainnya, variabel produk yang berpengaruh dominan dalam tingkat kepuasan pelanggan.

Selain promosi kualitas pelayanan juga mempunyai pengaruh yang selaras dengan promosi, promosi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang sama secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan. hal ini dibuktikan dengan penelitian tentang pengaruh promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh

signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Ronal et al., 2016; Christian dan Mananke 2016)

Berikutnya strategi promosi adalah salah satu cara untuk menarik pelanggan Khairunissa (2017) menunjukkan hasil bahwa promosi dalam pelayanan jasa berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan adanya pengaruh keputusan pembelian yang menyebabkan meningkatnya kepuasan pelanggan.

Hal ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan Indir et al., (2018) menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Selain promosi peningkatan kualitas pelayanan juga mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, yang telah melakukan pengujian menggunakan teknik aksidental menunjukkan bahwa kualitas pelayanan paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kemudian menurut hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Suryani 2018;Kholis dan Ferdian 2019).

Berdasarkan fenomena serta keberagam hasil penelitian dari peneliti terdahulu diatas maka dibuatlah riset tentang kepuasan pelanggan dengan tujuan untuk menegetahui apakah promosi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan secara signifikan terutama pada dealer Yamaha Panggung Motor ,Solo. dilihat dari fenomena trend di kota Solo yang dijuluki lautan mx series oleh roadrace.id selaku akun *official* berita balap ternama di Indonesia, penjualan salah satu tipe yang sedang naik daun yaitu Yamaha Jupiter MX King.

Berikut grafik penjualan Yamaha Jupiter MX King periode bulan januari – juni 2017:



Gambar 1. Grafik Penjualan Motor Bebek Sport 150cc

Sumber : <https://motorbloginfo.wordpress.com/>

Dari data diatas sangat menarik untuk diteliti karena tingkat penjualan yang tinggi pada setiap bulannya dibandingkan dengan pesaingnya, pelanggan selaku pembeli dan pemakai juga membutuhkan service berkala untuk perawatan sepeda motor yang telah dibeli serta untuk memenuhi kebutuhan onderdil dan suku cadang yang berkemungkinan untuk perawatan jangka panjang maka perusahaan dituntut untuk menjaga kesetiaan pelanggan dengan meningkatkan kepuasan pelanggan, riset ini bertujuan untuk menganalisis apakah promosi dan kualitas pelayanan mampu untuk menjaga kesetiaan pelanggan dan mampu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

## 2. METODE

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian akan ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pembeli produk maupun yang pernah membeli produk sepeda motor Yamaha . Teknik pengambilan sampel yang



digunakan adalah non probability sampling dengan menggunakan accidental sampling, dimana untuk memperoleh data ini peneliti harus menemui subyek dan memberikan alamat akses untuk diberikan kuesioner dengan menggunakan google form. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna sepeda motor Yamaha dengan menggunakan link google form sebanyak 100 responden .

Metode yang dipakai peneliti kali ini untuk mendapatkan data adalah dengan menggunakan kuesioner yang nantinya data tersebut diperoleh langsung dari responden. Sedangkan skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Skala pada penelitian ini akan menggunakan 5 varian yaitu (Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju, dan Sangat Setuju).

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan**

Promosi berpengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Dealer Yamaha Panggung Motor, Solo. Dibuktikan dengan nilai thitung = 4,777 > ttabel = 1,985, sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari ( $\alpha$ ) = 0,05. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan Promosi signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan terbukti kebenarannya. Hal ini menunjukkan bahwa dealer Yamaha panggung motor harus memperhatikan strategi promosi karena berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini menunjukkan bahwa dealer Yamaha melakukan promosi menimbulkan penilaian tentang kepuasan pelanggan, dimana perusahaan semakin sering melakukan promosi yang bertujuan untuk menarik pelanggan mempunyai penilaian yang baik terhadap perusahaan. Hasil ini mendukung penelitian Penelitian sebelumnya dengan hasil dilakukan ronald et al., (2016) menyatakan bahwa promosi cenderung dipilih karena mempunyai nilai jual yang berbeda yang mampu menarik pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian, serta memiliki tingkat penilaian kepuasan pelanggan

Serta didukung dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Rendi

2011; Putro et al., 2014; I.heryanto 2015; Christian dan Mananeke 2016; Khairunissa 2017;Suryani 2018; Kholis dan Ferdian (2019).

### 3.2 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Kualitas pelayanan dalam perusahaan adalah sesuatu yang penting dalam sudut pandang konsumen dimana mutu pelayanan dan kepuasan konsumen ini akan mempengaruhi intensitas pembelian atau kesetiaan yang berkelanjutan I.heryanto (2015).

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa berpengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Dealer Yamaha Panggung Motor, Solo. Dibuktikan dengan nilai thitung = 3,821 > ttabel = 1,985, sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,005 lebih kecil dari ( $\alpha$ ) = 0,05. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan Kualitas Pelayanan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan terbukti kebenarannya Hasil penelitian tersebut sama seperti peneliti sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rendi (2011), Tjahjaningsih (2013), Putro et al.,(2014) Ronal et al., (2016), Indir. et al., (2018), Kholis dan Ferdian (2019).

## 4. PENUTUP

### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka dapat disimpulkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka dealer Yamaha Panggung Motor Jebres, Solo akan meningkatkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan mulai dari segi promosi yang ditawarkan, kemudahan mendapatkan produk karena promosi yang ditawarkan selain itu kualitas pelayanan yang baik karyawan maupun fasilitas yang ada mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

### 4.2 Saran

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut: Berdasarkan hasil penelitian bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka perusahaan hendaknya melakukan

inovasi strategi promosi bagi setiap dealer yang ada di Indonesia terutama di Dealer Yamaha Panggung Motor Jebres, Solo.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hendaknya perusahaan selalu menjaga kualitas pelayanan yang dilakukan karyawan, kenyamanan tempat maupun pelayanan jasa bagian bengkel yang ada, dengan pelayanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan.

Untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan penelitian ini mencari variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna sepeda motor yamaha, terutama yang menggunakan jasa maupun membeli produk di dealer, misalkan harga, kualitas produk maupun kepercayaan merek penelitian lainya yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Keterbatasan peneliti dalam penelitian ini adalah responden yang diambil hanya satu tempat saja yaitu di surakarta. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan mampu memperluas cakupan wilayah, contoh sempel yang di ambil di provinsi D.I.Y atau Jawa tengah atau lainya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Christina dan Mananke. (2016). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano.
- E. Handayani dan M edi, 2017. Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan wisata bahari terhadap peningkatan jumlah kunjungan di pelabuhan banyuwangi.
- Ervan et al, (2016). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Sport Yamaha R15 di Dealer Yamaha Panggung Motor Solo.
- Heryanto, I. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Impikasinya pada Kepuasan Pelanggan.
- Indri., et al. (2018). Pnegaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Bsinsi Online (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universita Brawijaya Angkatan 2013/2014 Konsumen Traveloka).

- Khairunissa. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan.
- Kholis dan Ferdian. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mahasiswa/i Administrasi Niaga Polteknik Negri Jakarta.
- R.,Nugraha et, al, (2014). Usulan Peningkatan Pelayanan Bengkel Berdasarkan hasil matrix *improtance-perfomance analysis* (Studi pada Khusus Bengkel AHHAS PD. Sumber Motor Krawang).
- Ronal Et, Al. (2016). Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Bnj Elektronik Kota Lubuklinggau.
- Suyani. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Rumah Sakit Umum Prgadi Medan Medan.