

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN
EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT.
BINTANG MULIA JAYA POLIGON PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana**



**Diajukan Oleh :
WAHYU IRWANSAH
NPM. 17.01.11.0127**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG
2021**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : WAHYU IRWANSAH
Nomor Pokok/NIRM : 17.01.11.0127
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
**Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI, KUALITAS
PRODUK, DAN EKUITAS MEREK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT. BINTANG MULIA JAYA
POLIGON PALEMBANG**

Pembimbing Skripsi

**Tanggal 21-10-2021 Pembimbing I : Azmir Ferdiansyah, S.E., M.M.
NIDN : 0221105801**

**Tanggal 10-10-2021 Pembimbing II : Liliana, S.E., M.Si.
NIDN : 0214066501**

213/PS/DFE/2021

**Dekan Fakultas Ekonomi
Tanggal 25-10-2021**

Mengetahui:

**Ketua Prodi Manajemen
Tanggal 21-10-2021**

**Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak, CA, CSRS
NIDN : 0201018001**

**Maryam Zanariah, S.E., MM
NIDN : 0222096301**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG**

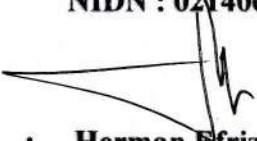
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : WAHYU IRWANSAH
Nomor Pokok/NIRM : 17.01.11.0127
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK,
DAN EKUITAS MEREK TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. BINTANG
MULIA JAYA POLIGON PALEMBANG

Penguji Skripsi

Tanggal 21-10-2021 **Ketua Penguji** :  Azmir Ferdiansyah, S.E., M.M.
NIDN : 0221105801

Tanggal 19-10-2021 **Penguji I** :  Liliana, S.E., M.Si.
NIDN : 0214066501

Tanggal 22-10-2021 **Penguji II** :  Herman Hrizal, SE.MM
NIDN : 0202066602

213 / PS / DFE / 2021

Mengetahui:

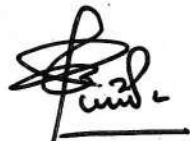
Dekan Fakultas Ekonomi

Tanggal 25-10-2021


Dr. Msy. Mikial, SE.M.Si.Ak, CA, CSRS
NIDN : 0201018001

Ketua Prodi Manajemen

Tanggal 21-10-2021


Maryam Zanariah, S.E., MM
NIDN : 0222096301

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Ingatan penyesalan akan memperlemah keputusanmu, dan membuat orang lain yang memutuskan untukmu”

-Erwin Smith-

“Aku tidak akan melakukan sesuatu yang tidak harus kulakukan. Tapi bila harus kulakukan, maka akan segera kuselesaikan”

-Oreki Houtarou-

Persembahan:

- 1. Kedua Orang Tua.**
- 2. Seluruh Keluarga Besar.**
- 3. Para dosen yang kuhormati.**
- 4. Teman-teman seperjuangan.**
- 5. Almamaterku**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Irwansah

Nomor Pokok/NPM : 17.01.11.0127

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S1)

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Bintang Mulia Jaya Poligon Palembang.

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya. Demikianlah, surat pernyataan bebas plagiat ini dibuat sebagai mana mestinya dan benar adanya.

Palembang, September 2021



Wahyu Irwansah

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas hidayah, rahmat, dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT. BINTANG MULIA JAYA POLIGON PALEMBANG”**, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Tridinanti Palembang.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, baik berupa dukungan moral, bimbingan, semangat, petunjuk, dan saran baik secara tertulis maupun lisan. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini dengan penuh ketulusan hati penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Manisah, M.P selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy Mikial, S.E., M.Si, Ak, CA, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Maryam Zanariah, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.
4. Bapak Azmir Ferdiansyah, S.E., M.M selaku pembimbing utama yang telah meluangkan banyak waktu untuk membimbing, mengoreksi, dan memotivasi penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

5. Ibu Liliana, S.E., M.Si selaku pembimbing kedua yang telah meluangkan banyak waktu untuk membimbing, mengoreksi, dan memotivasi penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen yang telah memberi bimbingan selama masa studi.
7. Keluarga besarku yang telah membantu selama proses perkuliahan hingga bisa menyelesaikan pendidikan ini dan menyanggah gelar sarjana.
8. Teman-teman seperjuangan yang telah menyemangati, membantu, dan memberikan masukan bagi skripsiku.
9. Semua pihak yang banyak memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis juga menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak sekali terdapat keterbatasan dan kekurangan, sehingga isi dan bentuk skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, terutama para pembaca.

Palembang, September 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiiiv
RIWAYAT HIDUP.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Pemasaran.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Fungsi Pemasaran	10
2.2 Kepuasan Pelanggan.....	11
2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	11
2.2.2 Elemen-Element Kepuasan Pelanggan	13
2.2.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	14
2.2.4 Dimensi dan indikator Kepuasan Pelanggan	17
2.3 Promosi.....	18
2.3.1 Pengertian Promosi	18
2.3.2 Fungsi Promosi	18
2.3.3 Dimensi dan Indikator Promosi	19
2.3.4 Tahap-tahap Pelaksanaan Promosi	20
2.4 Kualitas Produk	22

2.4.1	Pengertian Kualitas Produk	22
2.4.2	Manfaat Kualitas Produk	23
2.4.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	24
2.4.4	Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	24
2.5	Ekuitas Merek.....	25
2.5.1	Pengertian Ekuitas Merek	25
2.5.2	Ekuitas Merek Bagi Perusahaan	26
2.5.3	Dimensi dan Indikator Ekuitas Merek	27
2.6	Penelitian Yang Relevan	28
2.7	Kerangka Berpikir	30
2.8	Hipotesis Penelitian	31
BAB III	METODE PENELITIAN	33
3.1	Tempat dan Waktu	33
3.1.1	Tempat Penelitian	33
3.1.2	Waktu Penelitian.....	33
3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	34
3.2.1	Sumber dan Jenis Data.....	34
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	36
3.3.1	Populasi.....	36
3.3.2	Sampel	37
3.3.3	Teknik Sampling.....	38
3.4	Rancangan Penelitian	38
3.5	Variabel dan Definisi Operasional	39
3.6	Instrumen Penelitian.....	42
3.6.1	Uji Validitas	42
3.6.2	Uji Reliabilitas	42
3.7	Uji Asumsi Klasik	43
3.7.1	Uji Normalitas.....	43
3.7.2	Uji Heteroskedastisitas	43
3.7.3	Uji Multikolinieritas	44
3.8	Teknik Analisis.....	45

3.8.1 Regresi Berganda.....	45
3.8.2 Analisis Korelasi.....	46
3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	47
3.9 Uji Hipotesis.....	47
3.9.1 Uji Simultan (Uji F).....	47
3.9.2 Uji Parsial (Uji t).....	48
3.10 Sistematika Penelitian	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	51
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	51
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	51
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	52
4.2 Uji Validitas	53
4.2.1 Uji Validitas Promosi (X1).....	53
4.2.2 Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	55
4.2.3 Uji Validitas Ekuitas Merek (X3).....	56
4.2.4 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	56
4.3 Uji Reliabilitas.....	58
4.4 Uji Asumsi Klasik	59
4.4.1 Uji Normalitas.....	59
4.4.2 Uji Multikolinieritas	59
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	60
4.5 Analisis Regresi Berganda	61
4.6 Analisis Koefisien Korelasi (r).....	63
4.7 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	64
4.8 Uji Hipotesis.....	65
4.8.1 Uji Simultan (Uji F).....	65
4.8.2 Uji Parsial (Uji t).....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 DATA PENJUALAN UNIT PADA TAHUN 2019-2020.....	5
Tabel 2.1 PENELITIAN YANG RELEVAN	29
Tabel 3.1 WAKTU PENELITIAN	33
Tabel 3.2 SKALA LIKERT PENGUKURAN	35
Tabel 3.3 KISI-KISI VARIABEL DAN DEFINISI OPERASIONAL	39
Tabel 3.4 INTERPRESTASI NILAI (r).....	46
Tabel 4.1 HASIL UJI VALIDITAS PROMOSI (X1)	54
Tabel 4.2 HASIL UJI VALIDITAS KUALITAS PRODUK (X2).....	55
Tabel 4.3 HASIL UJI VALIDITAS EKUITAS MEREK (X3).....	56
Tabel 4.4 HASIL UJI VALIDITAS KEPUASAN PELANGGAN (Y)	57
Tabel 4.5 HASIL UJI RELIABILITAS	58
Tabel 4.6 HASIL UJI NORMALITAS	59
Tabel 4.7 HASIL UJI MULTIKOLINIERITAS.....	60
Tabel 4.8 HASIL ANALISIS REGRESI BERGANDA.....	61
Tabel 4.9 HASIL ANALISIS KOEFISIEN KORELASI (R).....	63
Tabel 4.10 HASIL ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)	64
Tabel 4.11 HASIL UJI SIMULTAN (UJI F).....	65
Tabel 4.12 HASIL UJI PARSIAL (UJI t).....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 KERANGKA BERFIKIR PENELITIAN.....	31
Gambar 4.1 STRUKTUR ORGANISASI PT. BINTANG MULIA JAYA PALEMBANG	52
Gambar 4.2 UJI HETEROSKEDASTISITAS.....	60

ABSTRAK

WAHYU IRWANSAH. 2021. Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Dan Ekuitas Merek. Skripsi. Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen S1, Universitas Tridinanti Palembang. (Dibawah bimbingan Bapak Azmir Ferdiansyah, S.E., M.M dan Ibu Liliana, S.E., M.Si)

Tujuan dalam penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Promosi (X1), Kualitas Produk (X2), Ekuitas Merek (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli unit diPT. Bintang Mulia Jaya Poligon Palembang. Sampel yang digunakan sebagai objek dalam penelitian ini 19 pelanggan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik sampling accidental, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Pengumpulan data melalui kuesioner atau angket. Teknik analisis yang digunakan adalah Uji Statistik melalui uji t test, F test, koefisien determinasi (R^2), dan uji regresi linier berganda. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS *Statistic 16*.

Berdasarkan hasil uji t test menunjukkan bahwa variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, variabel Ekuitas Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil uji F test menunjukkan bahwa Promosi (X1), Kualitas Produk (X2), dan Ekuitas Merek (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Sedangkan hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,754 ini berarti kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) sebesar 70,5% sedangkan sisanya sebesar 25,5% dipengaruhi variabel lain di luar model.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Produk, Ekuitas Merek, dan Kepuasan Pelanggan

RIWAYAT HIDUP

Wahyu Irwansah, dilahirkan di Palembang pada tanggal 26 Agustus 1999 sebagai anak Pertama dari pasangan Bapak Sarimin dan Ibu Yatini.

Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 178 Palembang dan tamat pada tahun 2011. Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 10 Palembang dan tamat pada tahun 2014. Pendidikan Sekolah Atas (SMA) di SMA Negeri 15 Palembang dan tamat pada tahun 2017. Pada tahun 2017 melanjutkan di Perguruan Tinggi, tepatnya di Universitas Tridinanti Palembang (UTP) Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi, persaingan bisnis antar perusahaan sangat ketat baik dipasar regional maupun dipasar nasional. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, selama puluhan tahun kualitas menjadi salah satu kriteria utama keberhasilan. Kondisi persaingan yang semakin ketat, menuntut perusahaan untuk mampu bersaing dengan para pesaingnya, dengan cara memenuhi keinginan dan kebutuhan para konsumen. Kondisi persaingan tersebut menimbulkan perubahan-perubahan orientasi atau wawasan perusahaan.

Persaingan dalam dunia semakin ketat untuk menciptakan produk yang unggul secara komperatif dengan biaya yang lebih murah saat ini sudah tidak lagi memadai, strategi ini harus dilengkapi dengan manajemen dan sumber daya yang baik. Organisasi sebaik apapun tidak dapat diimplementasikan dengan baik apabila tidak didukung oleh sumber daya manusia yang baik. Menjadi pertanyaan sekarang faktor apa yang dapat diterapkan perusahaan, sehingga perusahaan dapat lebih unggul dari perusahaan lain. Beberapa dari strategi tersebut tidak lain adalah *segmentasi*, *targeting*, *market positioning*, dari beberapa faktor diatas biasanya lebih dikenal dengan istilah keunggulan komparatif.

Promosi merupakan unsur penting yang dapat mempengaruhi konsumen untuk menciptakan permintaan ulang terhadap produk yang sudah ada maupun untuk memperkenalkan produk baru agar dapat diterima oleh masyarakat atau calon konsumen. Sebagai pemasar harus sepenuhnya memahami teori maupun realitas perilaku konsumen. Adapun perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti : Budaya, sosial, Pribadi dan psikologis serta aspek-aspek yang lain seperti Ekonomi, teknologi, politik dll. Dalam memahami perilaku konsumen, perilaku merek perlu dilakukan oleh pemasar dengan cara membangun persepsi melalui jalur merek (*Brand Equity*) Ekuitas merek. Yaitu suatu perangkat asset dan liabilitas merek yang terkait dengan suatu merek, berupa nama atau symbol yang mampu menambah atau mengurangi nilai yang diberikan oleh sebuah produk atau jasa, baik bagi pemasar/perusahaan maupun pelanggan.

Akibat adanya persaingan maka perusahaan dituntut untuk berkreasi menciptakan produk yang lebih unggul dan meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat baik ditingkat regional, nasional, maupun global, keberadaan suatu produk sering kali mengalami siklus hidup, persoalan ini dikarenakan dunia bisnis semakin dihadapkan pada kenyataan bahwa akibat tekanan persaingan yang tidak pernah surut, sehingga siklus hidup produk menjadi semakin pendek. Bahkan kondisi paling ironi produk tersebut akan tenggelam sebelum selesai mengalami seluruh siklus hidup produk menghadapi realita semacam ini para pelaku

bisnis tentu dituntut untuk mampu merumuskan strategi yang tepat, salah satu yaitu dengan cara meningkatkan mutu produk dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Menurut “Joseph Juran (Suryadi Prawirosentomo, 2002:6), mutu suatu produk adalah keadaan fisik, fungsi dan sifat suatu produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang telah dikeluarkan”.

Menurut Andi (2015:128) “Harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan pembelian konsumen, untuk itu sebelum menetapkan suatu harga, sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan.”

PT. Bintang Mulia Jaya Poligon Palembang yang berlokasi di JL. Brigjen Alamsyah Ratu Prawira Negara 01 RT 006, Kota Palembang adalah perusahaan yang bergerak dibidang Penjualan Sepeda Motor, Jasa Service Motor dan Penjualan Sparepart. Dari hasil observasi yang telah dilakukan, diketahui bahwa usaha ini dalam memasarkan produknya menghadapi masalah penurunan volume penjualan dibandingkan tahun lalu sebagai akibat dari segi promosi yang kurang memadai, kualitas produk, ekuitas merek dan kurang memperhatikan pelayanan kepada konsumen. Semakin ketat persaingan dalam dunia bisnis, perusahaan harus semakin mampu mengatasi dan mengantisipasi datangnya ancaman pesaing, menutupi kesalahan dan memanfaatkan peluang dengan kekuatan yang ada, dengan cara

meningkatkan promosi, kualitas produk dan ekuitas merek agar konsumen merasa puas.

Upaya-upaya yang dilakukan PT. Bintang Mulia Jaya untuk meningkatkan penjualan dengan cara memperbaiki segi promosi, kualitas produk, ekuitas merek dan meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga memberikan keunggulan dari perusahaan lain untuk meraih keuntungan secara maksimal. Tetapi lebih dari itu, produk berkualitas memiliki aspek penting lain; (1) konsumen yang membeli produk berdasarkan promosi, kemungkinan akan lebih banyak menerima keluhan dan pengembalian barang dari konsumen; (2) menjual produk dengan kualitas produk yang baik akan menjadi minat khusus bagi pembeli ; (3) ekuitas merek ini dapat tercermin dalam cara konsumen berpikir, merasakan dan bertindak sehubungan dengan merek, serta pangsa pasar, dan profitabilitas untuk perusahaan (4) Kepuasan pelanggan merupakan level kepuasan konsumen setelah membandingkan produk yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan. Sehingga PT. Bintang Mulia Jaya Palembang melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan Promosi, Kualitas Produk, ekuitas merek dan kepuasan pelanggannya.

Tabel 1.1
DATA PENJUALAN UNIT PADA TAHUN 2019-2020

No	Unit Motor	Volume Penjualan		Jumlah Pendapatan	
		2019	2020	2019	2020
1	ADV 150	12	8	Rp.420.000.000	Rp.280.000.000
2	Beat SPT	24	20	Rp.408.000.000	Rp.340.000.000
3	Beat STR	18	16	Rp.306.000.000	Rp.256.000.000
4	CB150R	15	13	Rp.405.000.000	Rp.351.000.000
5	Vario CBS	20	17	Rp.400.000.000	Rp.340.000.000
6	Supra X	16	12	Rp.304.000.000	Rp.228.000.000
7	Sonic 150	14	9	Rp.322.000.000	Rp.189.000.000
8	Scoopy	26	21	Rp.494.000.000	Rp.420.000.000
9	Revo X	17	11	Rp.272.000.000	Rp.198.000.000
10	Revo Fit	19	17	Rp.266.000.000	Rp.238.000.000
11	Genio	22	14	Rp.396.000.000	Rp.266.000.000
12	CRF150L	16	10	Rp.544.000.000	Rp.350.000.000
Jumlah		219	168	Rp.4.537.000.000	Rp.3.456.000.000

.Sumber: PT. Bintang Mulia Jaya Poligon Palembang

Tabel di atas menunjukkan penurunan penjualan unit motor yang disebabkan karena beberapa faktor dari tahun 2019 - 2020. Disini Peneliti tertarik untuk meneliti masalah tersebut dalam bentuk skripsi yang berjudul :

PT. BINTANG MULIA JAYA POLIGON PALEMBANG“PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MOTOR HONDA PADA”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah yang dapat dibahas yaitu:

1. Apakah Promosi (X1), Kualitas Produk (X2), dan Ekuitas Merek (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. Bintang Mulia Jaya Poligon?
2. Apakah Promosi (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. BintangMulia Jaya Poligon Palembang?
3. Apakah Kualitas Produk (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. BintangMulia Jaya Poligon Palembang?
4. Apakah Ekuitas Merek (X3) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. Bintang Mulia Jaya Poligon Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Pengaruh Promosi (X1), Kualitas Produk (X2), dan Ekuitas Merek (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. Bintang Mulia Jaya Poligon Palembang?
2. Untuk mengetahui Pengaruh Promosi (X1) secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. Bintang Jaya Poligon Palembang.

3. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk (X2) secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. Bintang Mulia Jaya Poligon Palembang.
4. Untuk mengetahui Pengaruh Ekuitas Merek (X3) secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. Bintang Mulia Jaya Poligon Palembang.

1.4 Manfaat penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Memberikan masukan berupa saran, usul, kepada pimpinan PT. Bintang Mulia Jaya Poligon Palembang dalam meningkatkan penjualan hendaknya memperhatikan Promosi dan Kepuasan Pelanggan dengan maksimal.

2. Bagi Penulis

Dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam mata kuliah Ekonomi Manajemen Pemasaran dan meningkatkan wawasan yang merupakan wujud aplikasi ilmu pengetahuan yang penulis dapat dalam perkuliahan.

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai tambahan informasi penulis selanjutnya dan sebagai referensi bagi para peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan Promosi, Kualitas Produk dan Ekuitas Merek terhadap kepuasan pelanggan. Khususnya dibidang manajemen pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Setyaningrum, J. U. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Basu Swastha dan Irawan, 2010, *Manajemen Pemasaran Modern*, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Danang Sunyoto. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service
- Durianto, Darmadi, 2011, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Cetakan XX, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p125.
- Kotler Philip dkk, 2012, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Buku Dua, Edisi Pertama, Andy, Yogyakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A, 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua, Salemba Empat, Jakarta.
- Mullins Jhon W, C. Orville, Jean-Claude Larreche, dan Harper W Walker Boyd. 2012. *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: Erlangga.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Setyo, Purnomo Edwin, 2017, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks, Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1, No. 6, hal. 755-764.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2010, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.