

**PENGARUH PELAYANAN PURNA JUAL, PROMOSI DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MITSUBISHI
XPANDER PADA PT. LAUTAN BERLIAN UTAMA MOTOR
PRABUMULIH**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh :

SAKINA

NPM. 17.01.11.0139

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**


2021


**UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : SAKINA
Nomor Pokok : 1701110139
Jurusan : MANAJEMEN
Jenjang Pendidikan : STRATA I (S.1)
Mata Kuliah Pokok : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Skripsi : PENGARUH PELAYANAN PURNA JUAL, PROMOSI
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN MITSUBISHI XPANDER PADA PT.
LAUTAN BERLIAN UTAMA MOTOR PRABUMULIH

Pembimbing Skripsi

Tanggal 18-10-2021 Pembimbing I :

Baidowi Abdhie, SE,MP
NIDN : 0210116101


Tanggal 18-10-2021 Pembimbing II :

Maswah, SE,MM
NIDN : 0225105601

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,
Tanggal 18-10-2021


Dr. Msy. Mikial, SE.M.Si.Ak.CA.CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi,
Tanggal 18-10-2021

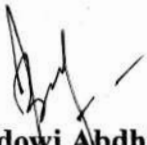

Mariyam Zanariah, S.E., M.M
NIDN : 0222096301

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : SAKINA
Nomor Pokok : 1701110139
Jurusan : MANAJEMEN
Jenjang Pendidikan : STRATA I (S.1)
Mata Kuliah Pokok : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Skripsi : PENGARUH PELAYANAN PURNA JUAL, PROMOSI
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN MITSUBISHI XPANDER PADA PT.
LAUTAN BERLIAN UTAMA MOTOR PRABUMULIH

Penguji Skripsi


Tanggal 25-10-2021 Ketua Penguji


: **Baidowi Abdhie, SE,MP**
NIDN : 0210116101

Tanggal 25-10-2021 Penguji I


: **Maswah, SE,MM**
NIDN : 0225105601

Tanggal 25-10-2021 Penguji II


: **Ellen Sumiarni, SE,MM**
NIDN : 0223116001


Mengesahkan,


Dekan Fakultas Ekonomi,

Tanggal 25-10-2021.....

Ketua Program Studi,

Tanggal 25-10-2021.....


Dr. Msy. Mikial, SE.M.Si.Ak.CA.CSRS
NIDN : 0205026401


Mariyam Zanariah, S.E., M.M
NIDN : 0222096301

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

- ❖ “Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”. (Q.S Al-Insyirah: 5)
- ❖ “Keberhasilan tidaklah datang secara tiba-tiba, tapi karena berdoa, berusaha dan bekerja keras”. (Muhamad Syafii)
- ❖ ALLAH SWT meninggikan derajat umat-nya yang berilmu, maka kejarlah ilmu setinggi-tingginya. (Q.S Al-Mujadalah : 11)

Kupersembahkan untuk :

- ❖ Allah SWT.
- ❖ Kedua Orang Tua Ku Tercinta.
- ❖ Saudara-saudaraku tercinta.
- ❖ Orang yang aku sayangi.
- ❖ Teman-teman seperjuangan.
- ❖ Bapak dan Ibu Dosen Universitas Tridinanti.
- ❖ Almamaterku.

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sakina
Nomor Pokok : 1701110139
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi berjudul : **“Pengaruh Pelayanan Purna Jual, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Mitsubishi Xpander Pada PT. Lautan Berlian Utama Motor Prabumulih”** ini 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.

Palembang, 06 September 2021

Penulis



Sakina

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat ALLAH SWT atas rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Tridinanti Palembang dengan judul “Pengaruh Pelayanan Purna Jual, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Mitsubishi Xpander pada PT. Lautan Berlian Utama Motor Prabumulih”.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, tidak lepas dari bantuan bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka pada kesempatan ini, penulisan menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah, M.P selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial,. S.E, M.Si Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Maryam Zanariah, S.E, M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.
4. Bapak Baidowi Abdhie, SE.,MP selaku Dosen Pembimbing I.
5. Ibu Maswah, SE,MM selaku Dosen Pembimbing II.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff karyawan pada Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
7. Bapak Dedi Hermanto Sales Marketing pada PT. Lautan Berlian Utama Motor Prabumulih.

8. Yang tercinta kedua orang tuaku, kakak, adik dan keluarga besarku tercinta, terima kasih atas dukungan dan doanya, bantuan baik moral maupun material.
9. Kepada Semua Pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu hingga skripsi ini selesai.
10. Almamater, saudara seperjuangan jurusan Manajemen angkatan 2017.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan dan kesalahan, oleh karna itu kritik dan saran yang membangun semangat diharapkan demi menyempurnakan penulisan skripsi ini. akhir kata penulis mengharapkan agar hasil penelitian ini bermanfaat bagi pembaca.

Palembang, September 2021

Penulis,

Sakina

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK	xvi
RIWAYAT HIDUP.....	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis.....	10

2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2 Pelayanan Purna Jual.....	11
2.1.2.1 Pengertian Pelayanan Purna Jual	11
2.1.2.2 Dimensi Pelayanan Purna Jual.....	12
2.1.2.3 Indikator Pelayanan Purna Jual	12
2.1.3 Promosi.....	14
2.1.3.1 Pengertian Promosi	14
2.1.3.2 Dimensi Promosi	15
2.1.3.3 Indikator Promosi	16
2.1.3.4 Tujuan Promosi.....	17
2.1.4 Kualitas Produk	19
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Produk	19
2.1.4.2 Dimensi Kualitas Produk	21
2.1.4.3 Indikator Kualitas Produk.....	22
2.1.4.4 Pentingnya Kualitas Produk	23
2.1.5 Kepuasan Pelanggan.....	24
2.1.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	24
2.1.5.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan	25
2.1.5.3 Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan.....	26
2.1.5.4 Indikator Kepuasan Pelanggan	27

2.2 Penelitian Yang Relevan	29
2.3 Kerangka Berfikir.....	30
2.4 Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	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 Data	34
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	35
3.3 Populasi, Sampel dan Sampling.....	35
3.3.1 Populasi	35
3.3.2 Sampel.....	36
3.3.3 Sampling.....	37
3.4 Rancangan Penelitian	38
3.5 Variabel dan Definisi Operasional	38
3.5.1 Variabel Penelitian	38
3.5.2 Definisi Operasional.....	39
3.6 Instrumen Penelitian.....	44
3.7 Teknik Analisis Data	46

3.7.1 Uji Persyaratan Analisis	46
3.7.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	47
3.7.3 Analisis Statistik Inferensial.....	47
3.7.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
3.7.3.2 Analisis Koefisien Korelasi	48
3.7.3.3 Analisis Koefisien Determinasi	49
3.7.4 Uji Hipotesis.....	50
3.7.4.1 Uji F (Uji Simultan).....	50
3.7.4.2 Uji t (Uji Parsial)	51
3.8 Sistematika Penulisan	52
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	55
4.1.1 Sejarah singkat PT. Lautan Berlian Utama Motor	55
4.1.2 Visi dan Misi	56
4.1.2.1 Visi Perusahaan	56
4.1.2.2 Misi Perusahaan.....	56
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	67
4.1.4 Tugas dan Tanggung Jawab	59
4.2 Uji Instrument	63
4.2.1 Uji Validitas	63

4.2.2 Uji Reliabilitas.....	67
4.3 Analisis Data	70
4.3.1 Uji Persyaratan Analisis	70
4.3.2.1 Uji Normalitas	70
4.3.2.2 Uji Homogenitas	71
4.3.2.3 Uji Linearitas	73
4.3.2 Uji Analisis Deskriptif.....	74
4.3.3 Analisis Statistik Inferensial.....	76
4.3.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
4.3.3.2 Analisis Koefisien Korelasi (r).....	77
4.3.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	79
4.3.4 Uji Hipotesis.....	80
4.3.4.1 Uji Simultan (F).....	80
4.3.4.2 Uji Parsial (t).....	81
4.4 Pembahasan dan Interpretasi	82
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Mobil Mitsubishi Xpander.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Yang Relevan	29
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	33
Tabel 3.2 Definisi Operasional (X_1),(X_2),(X_3),(Y)	39
Tabel 3.3 Skala Likert	46
Tabel 3.7 Koefisien Korelasi.....	48
Tabel 4.1 Uji Validitas Pelayanan Purna Jual (X_1)	63
Tabel 4.2 Uji Validitas Promosi (X_2).....	64
Tabel 4.3 Uji Validitas Kualitas Produk (X_3)	65
Tabel 4.4 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	66
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas (X_1)	68
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas (X_2)	68
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas(X_3)	69
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas(Y).....	70
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	71
Tabel 4.10 Uji Homogenitas (X_1)	72
Tabel 4.11 Uji Homogenitas (X_2)	72
Tabel 4.12 Uji Homogenitas (X_3)	72
Tabel 4.13 Uji Homogenitas (Y).....	72

Tabel 4.14 Uji Linearitas (X_1).....	73
Tabel 4.15 Uji Linearitas (X_2).....	74
Tabel 4.16 Uji Linearitas (X_3).....	74
Tabel 4.17 Uji Statistik Deskriptif	75
Tabel 4.18 Analisis Regresi Linier Berganda	76
Tabel 4.19 Uji koefisien Korelasi (r)	78
Tabel 4.20 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	79
Tabel 4.21 Uji Simultan	80
Tabel 4.22 Uji Parsial.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	58

ABSTRAK

SAKINA, “PENGARUH PELAYANAN PURNA JUAL, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MITSUBISHI XPANDER PADA PT. LAUTAN BERLIAN UTAMA MOTOR PRABUMULIH“, (Dibawah bimbingan bapak Baidowi Abdhie, SE., MP., dan ibu Maswah, SE., M.M.)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Pelayanan Purna Jual, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Mitsubishi Xpander pada PT. Lautan Berlian Utama Motor Prabumulih.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pelayanan Purna Jual (X_1), Promosi (X_2), Kualitas Produk (X_3), Kepuasan Pelanggan (Y) populasi dari penelitian ini adalah konsumen Mitsubishi Xpander PT. Lautan Berlian Utama Motor Prabumulih yang berjumlah 146 orang, sampel penelitian ini berjumlah 59 orang. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, Teknik analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda, uji hipotesis menggunakan uji F dan uji t.

Hasil regresi memperoleh persamaan $Y = 4,289 + 0,377 X_1 + 0,233 X_2 + 0,355 X_3$. Yang artinya Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Pelayanan Purna jual, Promosi dan Kualitas Produk. Hasil uji F memperoleh F_{hitung} (18,498) artinya ada pengaruh Pelayanan Purna Jual, Promosi dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil uji t variabel Pelayanan Purna Jual memperoleh t_{hitung} (4,074), variabel Promosi memperoleh t_{hitung} (2,757), dan variabel Kualitas Produk memperoleh t_{hitung} (3,686) artinya Pelayanan Purna Jual, Promosi dan Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Mitsubishi Xpander pada PT. Lautan Berlian Utama Motor Prabumulih.

Kata kunci: Pelayanan Purna Jual, Promosi, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan

RIWAYAT HIDUP

SAKINA, Lahir di desa Harapan Jaya, Tanah Abang PALI pada tanggal 08 Maret 1999. dari pasangan Bapak Ansurdin dan Ibu Hotia. Anak ketujuh dari sembilan bersaudara.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2011 di SD Negeri 9 Tanah Abang PALI, sekolah menengah pertama diselesaikan pada tahun 2014 di SMP Muhammadiyah 4 Palembang, dan sekolah menengah atas diselesaikan pada tahun 2017 di SMA LTI IGM Palembang. Pada pertengahan tahun 2017 Peneliti Melanjutkan Pendidikan program studi strata I Fakultas ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, September 2021

Penulis

Sakina

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seperti yang telah kita ketahui saat ini, bahwa persaingan dunia bisnis di Indonesia hingga saat ini semakin ketat, hal ini dikarenakan masing-masing perusahaan berusaha meningkatkan pangsa pasar serta ingin mendapatkan konsumen dalam jumlah yang besar. Suatu perusahaan telah menetapkan tujuan di awal yang ingin dicapai seiring berjalannya waktu, hal ini dilakukan dengan menentukan strategi pemasaran yang tepat. Semakin banyak pesaing dalam dunia bisnis, menyebabkan konsumen semakin memiliki banyak pilihan produk yang sesuai dengan yang diharapkan.

Perkembangan zaman yang semakin maju seperti saat ini mengakibatkan adanya perubahan yang terjadi secara signifikan dari tahun ke tahun yang terjadi saat ini, hal ini sebagai akibat ilmu teknologi yang diterapkan oleh suatu bangsa sudah semakin maju. Indonesia harus memiliki penerapan ilmu teknologi yang lebih maju untuk memudahkan arus komunikasi dan transportasi antar penduduk sehingga dapat tercipta kemajuan dan perkembangan antar daerah yang merata. Dalam bidang sarana transportasi, mobil merupakan salah satu alat transportasi yang sudah banyak digunakan oleh penduduk Indonesia.

Satu alasan umum yang seringkali diajukan mengenai kecenderungan bertambahnya penggunaan mobil pribadi adalah buruknya kualitas layanan angkutan umum yang tersedia. Selain itu dengan menjamurnya perusahaan

pembiayaan yang memungkinkan masyarakat membeli mobil dengan cara kredit dengan DP ringan, angsuran yang murah, dan syarat yang mudah semakin meningkatkan kecenderungan meningkatnya penggunaan mobil pribadi. Hal tersebut berdampak positif bagi perusahaan otomotif dalam hal volume penjualan yang semakin meningkat.

Seperti yang kita ketahui bahwa perusahaan otomotif di Indonesia makin banyak, dengan jumlah perusahaan otomotif yang sudah semakin banyak di Indonesia menyebabkan konsumen bersikap lebih selektif dalam menentukan merek mobil yang akan mereka gunakan sebagai alat transportasi sehari-hari. Indonesia merupakan salah satu pasar yang sangat potensial bagi negara-negara lain untuk memasarkan produknya. Sudah banyak produsen mobil dari berbagai negara yang masuk ke pasar otomotif di Indonesia seperti halnya produsen mobil dari Cina yang membuat persaingan industri mobil semakin ketat, tapi sampai saat ini produsen dari Jepang tetap menjadi pilihan utama bagi konsumen Indonesia, karena berbagai keunggulan yang dimiliki. Salah satu merek mobil yang diminati masyarakat Indonesia yaitu merek Mitsubishi.

Produsen mobil asal Jepang ini terus melakukan inovasi yang disesuaikan dengan perkembangan zaman serta keinginan dan kebutuhan konsumen. Ada berbagai macam tipe mobil Mitsubishi yang diproduksi untuk memenuhi permintaan pasar antara lain untuk tipe mobil MPV adalah Mitsubishi Xpander yang penjualannya mengalami peningkatan yang signifikan. Tipe mobil SUV ada Mitsubishi Outlander, Mitsubishi Eclipse Cross dan Mitsubishi New Pajero Sport. Untuk tipe Mobil Commercial ada Mitsubishi Triton, Mitsubishi Colt L300 Pick

Up, Mitsubishi Fuso. Type Hatchback ada Mitsubishi Mirage. Mitsubishi selama puluhan tahun telah dapat memenuhi kebutuhan konsumen Indonesia sebagai alat transportasi dan terus berusaha menjadi pemimpin pasar.

Mitsubishi memiliki tagline baru yaitu “ Drive your Ambition “ Secara umum tagline ini akan mendorong Mitsubishi menciptakan produk yang sesuai kebutuhan konsumen, berkualitas produknya dan berkualitas pelayanannya dengan promosi yang baik sehingga terciptanya kepuasan konsumen.

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan dibutuhkan faktor pendorong :

1. Pelayanan purna jual

Layanan purna jual merupakan tanggung jawab produsen atau perusahaan atas kualitas produk yang dijualnya, yang dapat diberikan kepada konsumen dalam bentuk konsultasi lanjutan atau garansi berupa penggantian barang rusak, pemeliharaan, penyediaan suku cadang dan sebagainya. Untuk layanan purna jual Mitsubishi dikenal mempunyai pelayanan yang cukup baik. Hal ini dapat dilihat untuk setiap dealer Mitsubishi sudah mulai menyediakan layanan servis mobil. Adanya bengkel resmi beserta teknisi handal dibidangnya dan pelayanan tambahan ditempat service seperti cuci mobil gratis, dan disediakan ruang tunggu yang nyaman.

Mitsubishi juga menyediakan suku cadang dengan harga terjangkau dan mudah di dapat. Untuk mobil Mitsubishi Xpander ada biaya gratis untuk jasa spare part sampai dengan 4 tahun/50000 km, mendapatkan

asuransi kecelakaan hingga satu tahun, gratis kaca film Konica Minolta dan layanan purna jual lainnya yang bisa dilihat di Service Manual Book.

2. Promosi

Untuk menarik minat beli konsumen terhadap suatu produk atau jasa, sebaiknya perusahaan melakukan berbagai strategi pemasaran salah satu caranya adalah melakukan promosi yang efektif dan menarik untuk produk yang akan ditawarkan ke pasar. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau produsen dengan tujuan utama meningkatkan volume penjualan.

Perusahaan harus kreatif dalam proses pembuatan promosi terhadap suatu produk sehingga membuat konsumen tertarik dan puas terhadap promosi tersebut yang akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut bentuk promosi yang dilakukan Pihak Mitsubishi seperti membuat iklan melalui media cetak maupun elektronik, media sosial di internet, mengadakan pertunjukan musik, memberikan servis gratis, dan lain-lain.

Iklan yang dibuat didasarkan pada informasi mengenai keunggulan produk tersebut yang kemudian disusun agar menimbulkan ketertarikan pada saat melihat atau mendengar, dengan demikian iklan tersebut mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli. Salah satu bentuk promosi yang dilakukan oleh Mitsubishi untuk meningkatkan penjualan mobil Xpander adalah mengikuti Gaikindo Indonesia Internasional Auto Show 2017 yang merupakan peralatan otomotif yang

bergengsi di Indonesia dan digandrungi oleh para pecinta otomotif dan menggelontorkan belanja iklan yang cukup besar untuk iklan TV commercial sebesar Rp 25,21 Miliar pada agustus 2017.

3. Kualitas produk

Di tengah dunia bisnis yang semakin ketat persaingannya, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih. Hal ini perlu dilakukan, agar produk yang ditawarkan tampak berbeda dengan produk pesaing. Kualitas merupakan salah satu faktor yang dijadikan pertimbangan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian terhadap suatu produk.

Faktor kualitas produk juga tidak kalah pentingnya karena kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen akan suatu produk dapat terpenuhi. Mitsubishi Xpander menawarkan kualitas mobil yang baik seperti mesin bertenaga, suspensi stabil, kenyamanan interior dan kabin yang lebih senyap dan luas di kelasnya.

Berikut ini jumlah penjualan mobil Mitsubishi Xpander pada PT Lautan Berlian Utama Motor Prabumulih tahun 2019.

Tabel 1.1**Jumlah Penjualan Mobil Mitsubishi Xpander 2019**

Bulan	2019
Januari	15
Februari	10
Maret	11
April	13
Mei	12
Juni	11
Juli	14
Agustus	12
September	14
Oktober	10
November	11
Desember	13
Total	146

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul“ Pengaruh Layanan Purna Jual, Promosi dan Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan Mitsubishi Xpander pada PT. Lautan Berlian Utama Motor Prabumulih”.

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, perumusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Pengaruh pelayanan Purna Jual, Promosi dan Kualitas Produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Mitsubishi Xpander pada PT. Lautan Berlian Utama Motor Prabumulih ?
2. Apakah ada Pengaruh Pelayanan Purna Jual terhadap kepuasan pelanggan Mitsubishi Xpander pada PT. Lautan Berlian Utama Motor Prabumulih ?
3. Apakah ada Pengaruh Promosi terhadap kepuasan pelanggan Mitsubishi Xpander pada PT. Lautan Berlian Utama Motor Prabumulih ?
4. Apakah ada Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan Mitsubishi Xpander pada PT. Lautan Berlian Utama Motor Prabumulih ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan:

1. Pengaruh pelayanan Purna Jual, Promosi dan Kualitas Produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Mitsubishi Xpander pada PT. Lautan Berlian Utama Motor Prabumulih?

2. Pengaruh pelayanan Purna Jual terhadap kepuasan pelanggan Mitsubishi Xpander pada PT. Lautan Berlian Utama Motor Prabumulih?
3. Pengaruh Promosi terhadap kepuasan pelanggan Mitsubishi Xpander pada PT. Lautan Berlian Utama Motor Prabumulih?
4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan Mitsubishi Xpander pada PT. Lautan Berlian Utama Motor Prabumulih?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Mengembangkan pengetahuan penulis tentang Pengaruh pelayanan Purna Jual, Promosi dan Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan Mitsubishi Xpander pada PT. Lautan Berlian Utama Motor Prabumulih.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan positif bagi perusahaan terutama tentang Pengaruh pelayanan Purna Jual, Promosi dan Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan Mitsubishi Xpander pada PT. Lautan Berlian Utama Motor Prabumulih, sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

3. Bagi Almamater

dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya maupun memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Muh Anugra Batara, Farah Oktafani, SE., MM, 2017. *Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil mitsubishi pajero sport* (studi di kota makassar tahun 2017), terbit di e-Proceeding of Management : Vol.5, No.1 Maret 2018 ISSN : 2355-9357.
- Ariyansyah, Arief. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Pelayanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Customer PT Kendali Paramita*. Bekasi : ecampus. Pelitabangsa.
- Assauri, Sofjan, 2013. “*Manajemen Pemasaran*”. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ayu Haris Permatasari putri, Handoyo Djoko waluyo, Ngatno, 2015. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan pembelian Mobil honda Jazz*, terbit di Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis edisi 4 no.3 ,91-100 tahun 2015.
- Sulbahri Madjir, Kamsrin Sa’i, Baidowi Abdhie 2013, “*Panduan Pengolahan Data Dengan Program SPSS*” terbit Pada Unsri Press:Palembang.
- Endica Arnandhaitya Putra,Sendhang Nurseto, 2018. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Pelayanan Purna Jual Terhadap loyalitas Konsumen*, terbit di Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis volume 7, No. 5, periode oktober 2018.
- Fakultas Ekonomi, 2021, *Pedoman Penulisan Skripsi dan Laporan Akhir*. Edisi Kedua Cetakan Pertama. Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti : Palembang.
- Henry Simamora, 2003.“*Manajemen Pemasaran Internasional*”. Jakarta : Selemba Empat.
- Idris. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UD. SERVICE STATION Medan*.
- Marzuki, Gunawan, Nurgiyantoro, Burhan (2002). “*Statistik terapan untuk ilmu-ilmu sosial, edisi kedua*”. Yogyakarta: Gadjah Mada Universitas Press.

- M.A. Baidowi, 2014.”*Modul Praktikum Statistik Dengan SPSS*” Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti : Palembang.
- Munthe, Santrisya (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Pada PT. Capella Dinamik Nusantara Duri*. Jom FISIP, 4(2), 1
- Philip Kotler, Gary Armstrong (2008). “ *Prinsip-prinsip Pemasaran*”, Edisi 12 jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller (2008). “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi 13 jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Santoso, Thomas, Zano, Roy, Bobby, (2019). *Analisis pengaruh kualitas produk, harga, dan iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha pada PT Surya Timur Sakti Jatim Surabaya*. Terbit di jurnal Manajemen Bisnis. AGORA Vol. 7, No. 1
- Sugiyono (2018). “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* ”. Bandung: Alfabeta.
- Sulbahri Madjir, Kamsrin Sa’i, Baidowi Abdhie 2013, “*Panduan Pengolahan Data Dengan Program SPSS*” terbit Pada Unsri Press:Palembang.
- Sunyoto, (2014). “*Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*”, Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy, 2015, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.