

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
DEALER YAMAHA PT. THAMRIN BROTHERS  
BABAT TOMAN**

**SKRIPSI**

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



**Diajukan Oleh :**

**ANAH MARDIYANAH**

**NPM. 2101110099**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**

**2025**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Anah Mardiyannah  
Nomor Pokok/Npm : 2101110099  
Jurusan/Program Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata 1  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Yamaha PT. Thamrin Brothers Babat Toman

Pembimbing Skripsi

Tanggal 30/01/25 ..... Pembimbing I : Dr. Ir. Hj. Yuseb Hakimah, M.M.  
NIDN: 0212116401


Tanggal 30/01/25 ..... Pembimbing II : Herlan Djunaidi, S.E., M.P.  
NIDN: 0219086101

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi  
Tanggal 31/01/2025

  
Dr. Msv. Mikial, S.E., M.Si, Ak.CA, CSRS  
NIDN: 0205026401

Ketua Program Studi  
Tanggal 31/01/2025

  
Mariyam Zanariah, SE., MM  
NIDN: 0222096301

025/PSID/FEB/ 25

UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Anah Mardiyannah  
Nomor Pokok/Npm : 2101110099  
Jurusan/Program Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Yamaha PT. Thamrin Brothers Babat Toman

Penguji Skripsi

Tanggal 30/01/25.....Ketua penguji : Dr. Ir. Hj. Yasro Hakimah, M.M.  
NIDN: 0212116401

Tanggal 30/01/25.....Penguji I : Herlan Djunaidi, SE,M.Si  
NIDN: 0219086101

Tanggal 31/01/25.....Penguji II : Nyayu Khairani Putri, SE,M.Si  
NIDN: 0211029501

Mengesahkan :

Dekan Fakultas Ekonomi  
Tanggal 31/01/2025



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

Ketua Program Studi  
Tanggal 31/01/2025

Mariyam Zanariah, SE., MM  
NIDN: 0222096301

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO :**

**# Hidup Adalah Proses, Nikmati Setiap Langkahnya Dan Jadilah Versi Terbaik Dari Dirimu Setiap Hari.**

### **KUPERSEMBAHKAN :**

*ALLAH SWT*

*Kedua Orangtuaku Tercinta Alm Bapak Ocid Dan Ibu  
Patimah Yang Selalu Mendoakan Setiap Detik  
Perjalanan Hidupku*

*Saudaraku Tersayang Kakak, Kakak Ipar Dan Adikku  
Yang Telah Memberikan Semangat*

*Dan Seluruh Keluarga Besarku Terima Kasih atas  
dukungannya*

*Almamater kebanggaanku.*

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anah Mardiyannah

Nomor Pokok/NIM : 2101110099

Jurusan/Program Studi : Manajemen

Jenjang Pendidikan : Strata 1

Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Yamaha PT. Thamrin Brothers Babat Toman.

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sesungguhnya dan tidak ada bagian yang merupak penjiplakan orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar. Maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, Januari 2025



Anah Mardiyannah

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (Satu) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti. Adapun judul skripsi ini adalah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Yamaha PT. Thamrin Brothers Babat Toman “**.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Edizal AE, MS Selaku Rektor Universitas Tridinanti
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si. Ak.CARS Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti.
3. Ibu Mariyam Zanariah, S.E., M.M. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Tridinanti.
4. Ibu Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, M.M. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan Skripsi ini
5. Bapak Herlan Junaidi, S.E., M.P. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan Skripsi ini.
6. Ibu Yunidar Erlina SE. M.Si Selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Bapak Yudhi Pratama Selaku Pimpinan Dealer Yamaha PT. Thamrin Brothers Babat Toman
8. Kepada kedua Orang Tuaku Bapak Alm Ocid, Ibu Patimah, Kakak, Adik dan Keluargaku terima kasih telah memberikan do'a dan dukungan.

9. Seluruh Bapak Dan Ibu Dosen yang telah mendidik dan memberikan banyak ilmu pengetahuan selama masa studi di Universitas Tridinanti.
10. Kepada teman-temanku Yessinia Ardenella, Maria Ulfa, Elsa Kristiana Br. Purba, Nopita Sari dan Putri Sarla Marsinda terima kasih atas dukungan dan motivasinya selama menjalankan penelitian ini.
11. Kepada teman SMK Selpi Winda Yanti terima kasih atas dukungannya.
12. Almamater dan teman-teman seperjuangan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan dan motivasinya sehingga saya dapat menyelesaikan hasil akhir ini.

Akhir kata semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan anugerahnya kepada kita semua dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi referensi bagi adik-adik tingkat yang akan datang dan bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, Januari 2025

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
RIWAYAT HIDUP .....	xvi
<b><u>BAB I PENDAHULUAN</u></b> .....	<b>i</b>
<u>1.1. Latar Belakang</u> .....	17
<u>1.2. Rumusan Masalah</u> .....	21
<u>1.3. Tujuan Penelitian</u> .....	22
<u>1.4. Manfaat Penelitian</u> .....	22
<b><u>BAB II TINJUAN PUSTAKA</u></b> .....	<b>8</b>
<u>2.1. Kajian Teoritis</u> .....	8
<u>2.1.1. Pengertian Pemasaran</u> .....	8
<u>2.2. Kualitas Pelayanan</u> .....	9
<u>2.3. Harga</u> .....	12
<u>2.4. Promosi</u> .....	19



<u>2.5. Kepuasan Konsumen</u> .....	27
<u>2.6. Penelitian Lain Yang Relevan</u> .....	31
<u>2.7. Kerangka Berpikir</u> .....	37
<u>2.7.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen</u> .....	37
<u>2.7.2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen</u> .....	37
<u>2.7.3. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen</u> .....	38
<u>2.8. Hipotesis</u> .....	39
<b><u>BAB III METODE PENELITIAN</u></b> .....	<b>40</b>
<u>3.1. Tempat Dan Waktu Penelitian</u> .....	40
<u>3.1.1. Tempat Penelitian</u> .....	40
<u>3.1.2. Waktu Penelitian</u> .....	40
<u>3.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data</u> .....	41
<u>3.2.1. Sumber Data</u> .....	41
<u>3.2.2. Teknik Pengumpulan Data</u> .....	41
<u>3.3. Populasi, Sampel dan Sampling</u> .....	42
<u>3.3.1. Populasi</u> .....	42
<u>3.3.2. Sampel</u> .....	43
<u>3.3.3. Sampling</u> .....	44
<u>3.4. Rancangan Penelitian</u> .....	45
<u>3.5. Variabel dan Definisi Oprasional</u> .....	45
<u>3.5.1. Variabel</u> .....	45
<u>3.5.2. Definisi Oprasional</u> .....	46
<u>3.6. Instrumen Penelitian</u> .....	48
<u>3.7. Uji Instrumen Penelitian</u> .....	48
<u>3.7.1. Uji Validitas</u> .....	49

3.7.2. Uji Reliabilitas .....	49
3.7.3. Uji Asumsi Klasik .....	50
3.8. Teknik Analisis .....	51
3.8.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
3.8.2. Analisis koefisien korelasi.....	52
3.8.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	53
3.9. Uji Hipotesis .....	53
3.9.1. Uji Simultan (Uji F).....	53
3.9.2. Uji Parsial (Uji t) .....	54
<b><u>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</u></b>	<b>56</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	56
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	56
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan .....	58
4.2. Struktur Organisasi Perusahaan .....	59
4.2.1. Tugas dan Tanggung Jawab .....	61
4.3. Uji Instrumen .....	68
4.4. Uji Validitas .....	68
4.4.1. Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ).....	68
4.4.2. Variabel Harga ( $X_2$ ).....	69
4.4.3. Variabel Promosi ( $X_3$ ) .....	70
4.4.4. Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	71
4.5. Uji Reliabilitas .....	72
4.6. Uji Asumsi Klasik.....	73
4.6.1. Uji Normalitas .....	73
4.6.2. Uji Multikolinieritas .....	74

<u>4.6.3. Uji Heteroskedastisitas</u> .....	75
<u>4.7. Teknik Analisis Data</u> .....	76
<u>4.7.1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda</u> .....	76
<u>4.8. Koefisien Korelasi</u> .....	78
<u>4.9. Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>)</u> .....	79
<u>4.10. Uji Hipotesis</u> .....	80
<u>4.10.1. Uji Simultan (Uji F)</u> .....	80
<u>4.10.2. Uji Parsial (Uji t)</u> .....	82
<u>4.11. Pembahasan</u> .....	84
<u>4.11.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen.</u> .....	84
<u>4.11.2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen</u> .....	85
<u>4.11.3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen</u> .....	88
<u>4.11.4. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen</u> .....	90
<b><u>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</u></b> .....	<b>93</b>
<u>5.1. Kesimpulan</u> .....	93
<u>5.2. Saran</u> .....	94

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Keluhan Konsumen .....	4
Tabel 2.6 Penelitian Lain Yang Relevan.....	32
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian .....	40
Tabel 3.2 Populasi Penelitian.....	43
Tabel 3.3 Definisi Oprasional .....	46
Tabel 3.4 Skala Likert .....	48
Tabel 3.5 Koefisien Korelasi.....	52
Tabel 4.1 Uji Validitas Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) .....	68
Tabel 4.2 Uji Validitas Harga ( $X_2$ ) .....	69
Tabel 4.3 Uji Validitas Promosi ( $X_3$ ).....	70
Tabel 4.4 Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y) .....	71
Tabel 4.5 Uji Realibilitas .....	72
Tabel 4.6 Uji Normalitas.....	73
Tabel 4.7 Uji Multikolinieritas.....	74
Tabel 4.8 Analisis Regresi Linier Berganda .....	76
Tabel 4.9 Analisis Koefisien Korelasi .....	78
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	79
Tabel 4.11 Uji F Simultan.....	81
Tabel 4.12 Uji T Parsial .....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	38
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan .....	60
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	75

## ABSTRAK

**Anah Mardiyannah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Yamaha PT. Thamrin Brothers Babat Toman. (dibawah bimbingan Ibu Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, M.M. Dan Bapak Herlan Junaidi, S.E., M.P.)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Yamaha PT. Thamrin Brothers Babat Toman. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, observasi dan wawancara. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah 60 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan analisis regresi linier berganda, uji t, uji f, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji reliabilitas dan uji validitas menggunakan program SPSS 27.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Promosi ( $X_3$ ) ditunjukkan dengan nilai signifikan uji F sebesar  $0,001 < 0,05$  kemudian secara parsial variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai signifikan uji t sebesar  $0,105 < 0,05$ , variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai signifikan uji t sebesar  $0,001 < 0,05$ , dan variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai signifikan sebesar  $0,003 < 0,05$

## **ABSTRACT**

**Anah Mardiyannah, "The Effect of Service Quality, Price and Promotion on Consumer Satisfaction at Yamaha Dealers PT. Thamrin Brothers Tripe Toman. (under the guidance of Mrs. Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, M.M. and Mr. Herlan Junaidi, S.E., M.P.)**

This study aims to determine the Influence of Service Quality, Price and Promotion on Consumer Satisfaction at Yamaha Dealers PT. Thamrin Brothers Tripe Toman. The data collection methods used are questionnaires, observations and interviews. The population and sample in this study were 60 respondents. The data collection techniques used were multiple linear regression analysis, t-test, f-test, chromatic coefficient, determination coefficient, reality test and validity test using the SPSS 27 program.

The results of this study show that there is a simultaneous influence of the variables of Service Quality (X1), Price (X2) and Promotion (X3) shown by the significant value of the F test of  $0.001 < 0.05$  then partially the variable of Service Quality does not have a significant effect on Customer Satisfaction with a significant value of the t-test of  $0.105 < 0.05$ , the Price variable has a significant effect on Consumer Satisfaction with a significant value of the t-test of  $0.001 < 0.05$ , and the Promotion variable has a significant effect on Consumer Satisfaction with a significant value of  $0.003 < 0,5$





## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **Latar Belakang**

Di era globalisasi saat ini pengguna sepeda motor semakin meningkat di Indonesia. Hal ini dapat kita lihat dari banyaknya masyarakat yang menggunakan sepeda motor khususnya di daerah musibanyuasin. Sepeda motor merupakan transportasi yang banyak diminati oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan sepeda motor merupakan transportasi yang praktis dengan harga yang terjangkau dibanding dengan jenis kendaraan lain. Sepeda motor merupakan kendaraan yang banyak dimiliki oleh berbagai kalangan mulai dari kalangan ekonomi atas maupun kalangan ekonomi bawah. Sepeda motor juga memudahkan untuk banyak keperluan sehari-hari seperti bekerja, sekolah, kuliah dan keperluan lainnya. Oleh karena itu banyak masyarakat lebih memilih menggunakan kendaraan sepeda motor dibanding dengan menggunakan transportasi umum yang kurang memadai.

Banyaknya pengguna sepeda motor menjadi pertanda semakin ketatnya persaingan di industri otomotif menuntut setiap perusahaan untuk lebih memaksimalkan kinerja yang dimiliki oleh perusahaan agar dapat bersaing dengan para pelaku bisnis lain dipasar global. Perusahaan harus berusaha untuk mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Maka dengan mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen akan memberikan masukan yang penting bagi perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen. Kepuasan konsumen merupakan hal yang

sangat penting untuk menarik minat konsumen di era modern saat ini. Untuk menarik minat konsumen perusahaan harus berupaya menciptakan produk yang berkualitas agar dapat memuaskan keinginan konsumen. Tidak hanya menciptakan produk yang berkualitas, menerapkan kualitas pelayanan yang baik, menetapkan harga yang menarik dan mempromosikan produk secara efektif juga dapat memuaskan ke inginan konsumen.

Faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan seperti kualitas pelayanan service dan penjualan kendaraan yang baik kepada konsumen merupakan salah satu cara untuk memuaskan mereka. Dengan memberikan pelayanan yang baik akan menimbulkan dampak positif bagi perusahaan, melalui berbagai cara yang dapat menarik lebih banyak konsumen untuk memakai barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan bertujuan untuk menarik minat konsumen merupakan salah satu hal penting yang harus selalu dipertahankan oleh perusahaan. Perusahaan memberikan pelayanan terhadap konsumen dengan memberikan pelayanan yang maksimal merupakan salah satu untuk mempertahankan keberhasilan perusahaan ditentukan oleh kualitas pelayanan. Jika kinerja perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanan berkurang akan berdampak terhadap kepuasan konsumen maka konsumen akan mengalami kekecewaan dan dapat berakibat konsumen perusahaan akan berpindah menggunakan perusahaan lainnya.

Menurut (Kotler 2019), mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila diharapkan maka kualitas pelayanan

dipersepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nanti akan menjadi pelanggan setia.

Selain kualitas pelayanan, harga juga faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Biasanya konsumen akan menginginkan produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Harga selalu menjadi perhatian utama saat konsumen mencari barang atau jasa. Sehingga harga yang ditawarkan oleh perusahaan selalu menjadi pertimbangan sebelum para konsumen membeli barang atau jasa yang mereka inginkan. Hal inilah mengapa harga menjadi faktor yang sangat penting bagi kepuasan konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:308), harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.

Selanjutnya faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk dapat membujuk konsumen agar melakukan pembelian atas produk yang dipasarkan. Tujuan utama promosi untuk memberikan informasi dan memperkenalkan produk yang ditawarkan untuk menarik perhatian para konsumen dan mempengaruhi konsumen agar terjadinya pembelian. Menggunakan strategi

promosi yang kreatif dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan yang dapat melakukan promosi dengan baik dapat meningkatkan penjualan. Promosi dapat dilakukan dengan melalui media sosial, iklan digital, event, dan media cetak.

Menurut (Laksana 2019), Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.

**Tabel 1.1**

Data keluhan konsumen Dealer Yamaha PT. Thamrin Brothers Babat Toman.

No	Keluhan	Complain orang
1	Keluhan pesanan suku cadang yang lama	4
2	Menunggu di bagian pendaftaran service yang lama	3
3	Pengaduan complaint pelayanan service yang lama	3

Berdasarkan tabel diatas adapun beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Dealer Yamaha PT. Thamrin Brothers Babat Toman antara lain kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kurang maksimal yang menyebabkan kurang puasnya konsumen terhadap perusahaan selain itu harga juga menjadi pertimbangan

bagi konsumen. Adapun kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dealer Yamaha PT. Thamrin Brothers Babat Toman menyebabkan ketidaktahuan konsumen terhadap produk yang ada di Dealer Yamaha Pt. Thamrin Brothers Babat Toman dapat mempengaruhi perkembangan perusahaan dan dapat mengurangi tingkat kepuasan konsumen. Dengan demikian Dealer Yamaha PT. Thamrin Brothers Babat Toman diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan, harga dan promosi demi meningkatkan kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Yamaha PT. Thamrin Brothers Babat Toman”**

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Apakah kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada dealer Yamaha PT. thamrin brothers babat toman
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada dealer Yamaha PT. thamrin brothers babat toman
3. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada dealer Yamaha PT. thamrin brothers babat toman

4. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada dealer Yamaha PT. thamrin brothers babat toman

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada dealer Yamaha PT. Thamrin brothers babat toman
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada dealer Yamaha PT. Thamrin brothers babat toman
3. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada dealer Yamaha PT. thamrin brothers babat toman
4. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dealer Yamaha PT. Thamrin brothers babat toman

### **Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dari semua ilmu yang telah didapat selama mengikuti perkuliahan khususnya dibidang pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan positif bagi perusahaan terutama tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan

promosi terhadap kepuasan konsumen di Dealer Yamaha PT. Thamrin Brothers Babat Toman.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan topik yang sama yaitu tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Yamaha PT. Thamrin Brothers Babat Toman.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angliawati, Ria Yuli, and Mochammad Farhat Immami Mutaqin. 2023. "Implikasi Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Slomo Cofee Bandung." *Jurnal Sains Manajemen* 5(1): 52–65. doi:10.51977/sainsm.v5i1.1044.
- Arif Fakhrudin, Maria Valeria Roelijanti, Awan. 2022. *Bauran Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Bryner, Teuku. 2024. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Di Surabaya." *Ekonomi dan Bisnis* 2: 496–515.
- Budiarto, Lod Sulivyo. 2020. "Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Bakery And Cake Pada Masyarakat Di Citra Raya Cikupa Kabupaten Tangerang 2019/2020." *Jurnal Penelitian, Pengembangan Ilmu Manajemen dan Akuntansi* 24(11): 2790–2805.
- Estamarinda, Elen, Akila Akila, and Tri Sinarti. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hompizz Pizza Palembang." *Jurnal Manajemen dan Investasi (MANIVESTASI)* 3(1): 69–82. doi:10.31851/jmaninvestasi.v3i1.6407.
- Exreana Karundeng, Meijina, Lucky F Tamengkel, and Aneke Y Punuindoong. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Benteng Resort Batu Putih." *Productivity* 2(6): 511–17.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 25. Edisi ke-9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haque-fawzi, Marissa Grace, ahmad syarief Iskandar, Heri Erlangga, Nurjaya, Denok Sumarsi, and I. 2022. Pascal Books *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori Dan Implementasi*. Edisi ke-1. Tangerang: Pascal Books.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya:



Unitomo Press.

Isra, Misra, Wulandari Diah, and Rahma Ely. 2024. Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents *Manajemen Pemasaran: Konsep Dan Teori*. ed. Edisis 1. Yogyakarta: Penerbit K- Media.

Kasmir. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori Dan Praktik)*. Depok: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.

Laksana, Muhammad Fajar. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Sukabumi: Khalifah Mediatama.

Lupiyoadi, Rambat. 2018. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ke-3. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Masturi, Hasanawi, and Syifa Iramita Imsyar. 2022. “Pengaruh Promosi, Referensi Harga Dan Kualitas Produk Pada PT. DOS NI ROHA KOTA BANDUNG.” *Jurnal Ekonomi, Manajemen Bisnis dan Akuntansi* 1(6): 973–84.

Nasution, M. Amri. 2019. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan.” *Jurnal Warta Edisi : 59 (59): 290572*.

Nurjaya, Heri Erlangga, Ahmad Syarif Iskandar, Denok Sunarsi, and Rofiq Noorman Haryadi. 2019. “Pengaruh Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pigeonhole Coffee Di Bintaro Tangerang Selatan.” *Jurnal Tadbir Peradaban* 2(2): 147–53. doi:10.55182/jtp.v2i2.171.

Philip Kotler, Gery Armstrong, Lloyd C. Harris, Hongwei He. 2019. *Principles of Marketing*. Edisi 8. Pearson.

Ruslim, Tommy Setiawan, and Mukti Rahardjo. 2016. “Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga Dan Kualitas Pada Restoran Abuba Steak Di Greenville.” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 2(1): 55.

Satriadi, Wanawir, Eka Hendrayani, Leonita Siwiyanti, and Nursaidah. 2021. 11 *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. ed. Moh Suardi. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Edisi Terb. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Universitas Tridianti, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. *Pedoman Penlisan Skripsi Dan Laporan Akhir*. Edisi Ke-3. 2023.

Yulia, farida, Lamsah, and Periyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke-1. Banjarmasin: Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA.