

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN**

**(Studi Kasus Pada Produk Mainan Lego di PT. Central Retail  
Indonesia di Jakarta Pusat)**

**SKRIPSI**

**MANAJEMEN PEMASARAN STRATA 1**



**Oleh:**

**NAMA : DIMAS MAHESA JENAR**

**NIM : 041201503125056**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA 2018**

## **ABSTRACT**

*This research aims to know the influence of the promotion, product quality and service quality towards customer satisfaction on a Lego toy in PT. Central Retail Indonesia. The population in this research is the entire Lego toys customers who come to the PT. Central Indonesia Jakarta branch Retail Center Grand Indonesia Mall. Using the technique of sampling techniques of Probability sampling techniques, is where all elements have the opportunity for the elected sample and using the technique of simple random sampling with the formula Slovin. Instrument in this study using a questionnaire with the number of respondents as many as 80 people. Technique analysis in this study uses the test instrument (validity and reliability), classic assumption test (normality, multikoloniaritas, heteroskedastisitas and autocorrelation), correlation analysis, multiple linear regression, t-test (partially), the f-test (simultaneously) and the determination of  $R^2$ .*

*From the results of the test t (partially), has obtained results that the variable quality of the product does not have an effect on customer satisfaction. While the variable quality of service and promotion effect on customer satisfaction. Test results of f (simultaneously) obtained the results that a third variable effect on customer satisfaction. Considering the promotion and service quality has a significant and positive influence on Lego toys at PT. Central Retail Indonesia, then we recommend that you take notice and fix manajement promotion factor and the quality of service in order to better deliver value customer satisfaction and retain customers*

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

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada mainan Lego di PT. Central Retail Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan mainan Lego yang datang ke PT. Central Retail Indonesia cabang Jakarta Pusat Grand Indonesia Mall. Pengambilan sampel menggunakan teknik teknik Probability, merupakan teknik pengambilan sampel dimana semua elemen mempunyai peluang untuk terpilih menjadi sampel dan menggunakan teknik simple random sampling dengan rumus Slovin. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 80 orang. Teknik analisa dalam penelitian ini menggunakan uji instrumen (validitas dan realibilitas), uji asumsi klasik (normalitas, multikoloniaritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi), analisa korelasi, regresi linier berganda, uji t (secara parsial), uji f (secara simultan) dan determinasi  $R^2$ .

Dari hasil uji t (secara parsial), telah diperoleh hasil bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil uji f (secara simultan) diperoleh hasil bahwa ketiga variabel berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Mengingat promosi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada mainan Lego di PT. Central Retail Indonesia, maka sebaiknya manajemen memperhatikan dan memperbaiki faktor promosi dan kualitas pelayanan agar dapat lebih memberikan nilai kepuasan dan mempertahankan pelanggan.

**Kata Kunci :** Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan