

PENGARUH POTONGAN HARGA, SALURAN DISTRIBUSI DAN

KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

PT. EUROKARS ARTHA UTAMA

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen - Strata 1



NAMA : YUDI ABDALLAH

NIM : 041101503125086

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2016

SKRIPSI

**PENGARUH POTONGAN HARGA, SALURAN DISTRIBUSI DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

PT. EUROKARS ARTHA UTAMA

Program Studi Manajemen - Strata 1



NAMA : YUDI ABDALLAH

NIM : 041101503125086

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2016

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah wasyukrulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, karunia dan nikmat yang telah diberikan selama ini kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **PENGARUH POTONGAN HARGA, SALURAN DISTRIBUSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. EUROKARS ARTHA UTAMA** ”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan moril, maupun materil sehingga skripsi ini dapat selesai. Selain itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Satya Negara Indonesia, Prof. Dr. Lijan P. Sinambela, MM, MPd
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia, Adolfo Nainggolan, SE, M.Ak
3. Ketua Jurusan Manajemen, Drs. GL. Hery Prasetya, SE.,MM

4. Bapak Hendri Jopanda, SE.,M.Si, selaku dosen pembimbing I skripsi yang telah banyak meluangkan waktu dalam bimbingan dan mengarahkan pengerjaan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Nia Tresnawaty, SE., M.Ak, selaku dosen pembimbing II skripsi yang telah banyak meluangkan waktu dalam bimbingan dan mengarahkan pengerjaan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
6. Semua Dosen Fakultas Ekonomi beserta seluruh staff TU.
7. Seluruh rekan-rekan kerja, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di PT. Eurokars Artha Utama.
8. Ibu yang telah memberikan dukungan, semangat, serta do'a yang tiada henti
9. Istri dan putra-putriku, serta sahabat-sahabat saya, yang telah memberikan semangat dan motivasi ketika saya mendapatkan kesulitan dalam pembuatan skripsi ini, yang tiada henti mendo'akan saya.
10. Seluruh teman Manajemen sore atas semangat, kebersamaan, kerjasamanya dan keceriaannya selama ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan, dikarenakan masih kurangnya pengetahuan dalam penelitian ini. Oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan atau rujukan informasi dan wacana bagi semua pihak.

Jakarta, 17 February 2016

Yudi Abdallah

ABSTRACT

Retail business is not only selling products or goods but also services to its customers. Therefore, customer satisfaction is the key to a successful marketing strategy. Customer satisfaction is expected to generate company loyalty and repeat purchases (repeat product purchase or repurchase). PT. Eurokars Artha Utama has been implementing the strategy of marketing mix but issues achieving the target desired by the company. Problems arise because the marketing mix strategy implemented has not been able to meet the expectations so that the customer is not satisfied. The purpose of this study was to determine and meet up where the level of customer satisfaction. This research method used survey method using a questionnaire for interviewing respondents. so that these samples are expected to represent all customers of PT. Eurokars Artha Utama. The resulting data will be analyzed using SPSS Statistics 22 Strategies that work well and meet the expectations so that customer satisfaction is the strategy of price cuts, good distribution channels, and service processes. The third performance of this strategy should be maintained. The strategy is expected but its performance is not good and yet satisfy customers is the strategy of granting discounts

Keywords : EFFECT OF DISCOUNTS, DISTRIBUTION, CHANNELS AND QUALITY OF CUSTOMER SATISFACTION IN PT. Eurokars Artha Utama

ABSTRAK

Bisnis ritel tidak hanya menjual produk atau barang tetapi juga pelayanan kepada pelanggannya. Oleh karena itu kepuasan pelanggan menjadi kunci sukses sebuah strategi pemasaran. Kepuasan pelanggan diharapkan menghasilkan company loyalty dan pembelian berulang (*repeat purchase* atau *product repurchase*). PT. Eurokars Artha Utama telah melaksanakan strategi Bauran Pemasaran tetapi masalah dengan tercapainya target yang diinginkan oleh perusahaan belum maksimal. Permasalahan yang timbul karena strategi bauran pemasaran yang dilaksanakan belum dapat memenuhi harapan sehingga pelanggan belum merasa puas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memenuhi sampai dimana tingkat kepuasan pelanggan. Metode penelitian ini menggunakan metode survey menggunakan kuisioner untuk mewawancarai responden, sehingga diharapkan sampel ini dapat mewakili seluruh pelanggan PT. Eurokars Artha Utama. Data yang dihasilkan akan dianalisis dengan menggunakan program *SPSS Statistic 22*. Strategi yang bekerja dengan baik dan memenuhi harapan sehingga pelanggan merasa puas adalah strategi potongan harga, saluran distribusi yang baik, dan proses pelayanan. Kinerja ketiga strategi ini harus dipertahankan. Strategi yang sangat diharapkan tetapi kinerjanya belum baik dan belum memuaskan pelanggan adalah strategi pemberian potongan harga.

Kata kunci : Pengaruh Potongan Harga, Saluran Distribusi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.