



# JURNAL BISNIS KOLEGA

**Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Stress Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan**

**PT. DAAI IV Medan**

Jesslyn, Thomas Sumarsan Goh, dan Errie Margery

**Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal Pada PT. Autostar Mandiri**

**Teknotama**

Harisun, Edison Sagala, dan Elidawati

**Analisis Pengaruh Promosi dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Panca Anugrah Lestari Medan**

Dewi Rosiva, Imanuel Tarigan, dan Syawaluddin

**Analisis Pengendalian Intern Piutang Dalam Meminimalisasikan Resiko Piutang Tak Tertagih Pada PT. Mustika Asri Agung**

Andromeda Sebastian, Thomas Sumarsan Goh, dan Elidawati

**Pengaruh Budaya Organisasi dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Disiplin Kerja Karyawan Pada PT. Putera Auto Perkasa**

Tony Tanaka, Alfonsius, dan Syawaluddin

**Pengaruh Solvabilitas, Likuiditas, dan Aktivitas Terhadap Rentabilitas Pada PT. Arta Bartindo Medan Periode 2014-2016**

Keryn Varenisia, Sunarji Harahap, dan Elidawati

**Pengaruh Kepemimpinan dan Komunikasi Kerja Terhadap Efektivitas Kerja Karyawan PT. Suriatama Mitra Pewita Medan**

Mery Suriana, Alfonsius, dan Chon Cho Reynolds Manday

**Hubungan Sifat Kepemimpinan dan Tingkat Motivasi Terhadap Pengembangan Karir Karyawan PT. Serumpun Indah Lestari**

Ferry Fernando, dan Wily Julitawaty

**Diterbitkan oleh : STIE Professional Manajemen College Indonesia**

**Bisnis Kolega**

**Vol. 4**

**No. 1**

**Juni 2018**

**ISSN : 2476-910X**

# **JURNAL BISNIS KOLEGA**

**Diterbitkan oleh**  
STIE Professional Manajemen College Indonesia

**Penasehat**  
Thomas Sumarsan Goh, SE, MM (Ketua STIE Professional Manajemen College Indonesia)

**Penanggung Jawab**  
Immanuel Tarigan, SE, MSi.  
Drs. Edison Sagala, MS

**Pemimpin Redaksi**  
Errie Margery, SE, MSi.

**Dewan Redaksi**  
Sunarji Harahap, S.Pd, M.M  
Alfonsius, SE, MSi.  
Ronauli Fransiska Pasaribu, S.Pd., MSi.  
Chon Cho Reynolds Manday, SE, MM  
Wily Julitawaty, S.Si, MSi.

**Editor**  
Errie Margery, SE, MSi.

**Alamat Redaksi**  
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat  
STIE Professional Manajemen College Indonesia  
Komp. Multatuli Indah Blok C No. 11-14 Medan 20151  
Telp. 061 - 4578818, Fax. 061 - 4514117  
Email : [jurnal.kolega@pmci.ac.id](mailto:jurnal.kolega@pmci.ac.id)

Jurnal Bisnis Kolega adalah media publikasi kajian konseptual dan praktis berupa telaah teoritis maupun hasil-hasil penelitian empiris yang membahas bidang Manajemen dan Akuntansi. Terbit dua kali dalam setahun, setiap bulan Juni dan Desember. Redaksi mengundang para akademisi, peneliti dan praktisi di bidang akuntansi dan manajemen untuk mengirimkan naskah yang akan dipertimbangan publikasinya secara luas untuk kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan

# JURNAL BISNIS KOLEGA

ISSN: 2476-910X

Vol. 4 No. 1. Juni 2018

---

## DAFTAR ISI

<b>Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Stress Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT. DAAI TV Medan</b> Jesslyn, Thomas Sumarsan Goh, dan Errie Margery .....	1
<b>Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal pada PT. Autostar Mandiri Teknotama</b> Harisun, Edison Sagala , dan Elidawati .....	11
<b>Analisis Pengaruh Promosi dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Anugrah Lestari Medan</b> Dewi Rosiva, Imanuel Tarigan, dan Syawaluddin .....	18
<b>Analisis Pengendalian Intern Piutang Dalam Meminimalisasikan Resiko Piutang Tak Tertagih Pada PT. Mustika Asri Agung</b> Andromeda Sebastian, Thomas Sumarsan Goh, dan Elidawati .....	22
<b>Pengaruh Budaya Organisasi dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Disiplin Kerja Karyawan Pada PT. Putra Auto Perkasa</b> Tony Tanaka, Alfonsius dan Syawaluddin.....	31
<b>Pengaruh Solvabilitas Likuiditas dan Aktivitas Terhadap Rentabilitas Pada PT.Arta Batrindo Medan Periode 2014-2016</b> Keryn Varensia, Sunarji Harahap, dan Elidawati .....	37
<b>Pengaruh Kepemimpinan dan Komunikasi Kerja Terhadap Efektivitas Kerja Karyawan PT. Suriatama Mitra Perwita Medan</b> Mery Suriana, Alfonsius, dan Chon Cho Reynolds Manday .....	47
<b>Hubungan Sifat Kepemimpinan dan Tingkat Motivasi Terhadap Pengembangan Karir Karyawan PT. Serumpun Indah Lestari</b> Ferry Fernando, dan Wily Julitawaty .....	55

## ANALISIS PENGARUH PROMOSI DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. PANCA ANUGRAH LESTARI MEDAN

Dewi Rosiva<sup>1</sup>, Imanuel Tarigan<sup>2</sup> dan Syawaluddin<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Alumni, STIE Professional Manajemen College Indonesia

email: dewirosiva96@gmail.com

<sup>2</sup>Dosen, STIE Professional Manajemen College Indonesia

email: imanueltarigan942@yahoo.com

<sup>3</sup>Dosen, STIE Professional Manajemen College Indonesia

email: syawal73\_liaw@yahoo.com

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh promosi dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. Panca Anugrah Lestari Medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan survei, jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan sifat penelitian ini adalah penelitian penjelasan. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Panca Anugrah Lestari Medan yang berjumlah 90 orang. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner dan studi dokumentasi dan variabelnya diukur dengan menggunakan skala Likert. Model analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah regresi

**Kata Kunci:** Promosi, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

### I. PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, baik perusahaan yang baru maupun perusahaan yang sudah lama berkecimpung di dunia bisnis. Pemasaran dianggap sebagai hal yang sangat penting karena persaingan dengan para pesaing tergolong sangat ketat, bukan hanya bisnis lokal namun juga bisnis global. Dari beberapa strategi pemasaran, promosi dalam hal ini adalah pemberian potongan harga merupakan bagian yang penting serta berpengaruh terhadap peningkatan hasil penjualan. Promosi dapat menambah serta mempengaruhi konsumen terhadap nilai pada barang atau jasa yang sedang diedarkan di pasaran. Kegiatan ini mendorong dan mengarahkan konsumen untuk membeli, sehingga penjualan akan meningkat sesuai tujuan yang diharapkan. Selain dari promosi adapun tujuan lain dari perusahaan adalah tercapainya kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting yang menjadi tujuan sebuah perusahaan di mana suatu perusahaan tersebut harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Hal ini mengakibatkan persaingan antar perusahaan

dagang atau jasa menjadi sangat ketat karena setiap perusahaan berusaha untuk menjadi yang terdepan dalam memenuhi kebutuhan pelanggannya

Salah satu masalah yang dihadapi PT. Panca Anugrah Lestari Medan adalah kurangnya promosi yang menyebabkan rendahnya juga kepuasan pelanggan yang diterima oleh perusahaan ini, promosi yang dilakukan oleh PT. Panca Anugrah Lestari adalah dengan hanya cara membagikan brosur ketika PT. Panca Anugrah Lestari mengikuti pameran yang diadakan di mall dimana pameran tersebut diadakan setahun hanya dua kali.. Masalah lain yang ditemukan dalam PT. Panca Anugrah Lestari Medan menurunnya kepuasan pelanggan akan menyebabkan rendahnya loyalitas pelanggan pada PT. Panca Anugrah Lestari.

### II. TINJAUAN PUSTAKA

Adam (2015:95) promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa

produk itu akan berguna bagi pelanggan, maka pelanggan tidak akan pernah membeli dan memanfaatkannya.

Sangadji & Sopiah (2013:180) kepuasan dan ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan.

Sangadji dan Sopiah (2013:33) konsumen yang loyal adalah membeli banyak produk, tidak sensitif terhadap harga, biaya mempertahankan konsumen yang loyal jauh lebih murah dibandingkan dengan mencari konsumen baru dan merekomendasikan positif yang dari perusahaan kepada orang lain.

### III. METODE PENELITIAN

#### Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Panca Anugrah Lestari yang beralamat di jalan Multatuli Blok A No.27 Medan - Sumatera Utara. Adapun waktu penelitian ini dilakukan adalah : selama 5 (lima) bulan, terhitung dari bulan Agustus 2017 sampai dengan Maret 2018.

### IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### Analisis Linear Berganda

**Tabel 1. Uji Analisis Regresi Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,484	1,817		3,569	,001
	Promosi	,358	,081	,387	4,417	,000
	kepuasan_pelanggan	,263	,058	,395	4,514	,000

a. Dependent Variable: loyalitas\_pelanggan

Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 1. diketahui pada kolom kedua (*Unstandardized Coefficients*) bagian B diperoleh nilai b1 variabel Promosi sebesar 0,358, nilai b2 variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0,263 dan nilai konstanta (a) sebesar 6.484, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 6.484 + 0,358X_1 + 0,263 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 6.484 menunjukkan nilai konstanta, jika nilai variabel Promosi ( $X_1$ ) dan Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ) = 0, maka nilai Loyalitas Pelanggan (Y) menjadi sebesar 6.484.
2. Koefisien ( $X_1$ ) ( $b_1$ ) = 0,358, ini berarti bahwa variabel Promosi ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 0,358, artinya setiap peningkatan Promosi ( $X_1$ ) sebesar 1 satuan, maka Loyalitas pelanggan akan bertambah sebesar 0,358.
3. Koefisien ( $X_2$ ) ( $b_2$ ) = 0,263, ini berarti bahwa variabel Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 0,263, artinya setiap peningkatan Kepuasan Kerja ( $X_2$ ) sebesar 1 satuan, maka Loyalitas Pelanggan akan bertambah sebesar 0,263.

#### Koefisien Determinasi

**Tabel 2. Koefisien Determinasi**

Model	R	Model Summary <sup>b</sup>		
		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,640 <sup>a</sup>	,410	,396	2,289

a. Predictors: (Constant), kepuasan\_pelanggan, promosi

b. Dependent Variable: loyalitas\_pelanggan

Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 2. nilai *Adjusted R square* adalah 0,396 artinya kemampuan variasi variabel promosi ( $X_1$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) dapat menjelaskan variasi dari loyalitas pelanggan adalah sebesar 39,6% dan sisanya 60,4% dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang tidak diteliti seperti loyalitas pembelian, citra merek dan hal lainnya.

#### Pengujian Hipotesis secara Simultan

**Tabel 3. Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>			
Model		F	Sig.
1	Regression	30,183	,000 <sup>b</sup>
	Residual		
	Total		

a. Dependent Variable: loyalitas\_pelanggan

b. Predictors: (Constant), kepuasan\_pelanggan, promosi

Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 3. di atas terlihat bahwa nilai  $F_{hitung}$  (30.183)  $>$   $F_{tabel}$  (3.10) dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dengan pengertian bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan PT. Panca Anugrah Lestari.

## Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Tabel 4. Uji t

Model	Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,484	1,817		
	Promosi	,358	,081	,387	,000
	kepuasan_pelanggan	,263	,058	,395	,000

a. Dependent Variable: loyalitas\_pelanggan

Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (Data Diolah)

Pada variabel Promosi ( $X_1$ ) terlihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  (4,417)  $>$   $t_{tabel}$  (1,98761) dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil daripada 0,05 sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dengan pengertian bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi secara parsial terhadap loyalitas pelanggan PT. Anugrah Lestari Medan.

Pada variabel Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ). terlihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  (4.514)  $>$   $t_{tabel}$  (1.98761) dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil daripada 0,05 sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dengan pengertian bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan PT. Panca Anugrah Lestari Medan.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh promosi dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. Panca Anugrah Lestari Medan, peneliti menyimpulkan.:

1. Secara simultan variabel promosi dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Panca Anugrah Lestari Medan

2. Secara parsial variabel promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Panca Anugrah Lestari Medan.
3. Secara parsial variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Panca Anugrah Lestari Medan.

### Saran

Setelah melakukan penelitian dan mengambil kesimpulan dari hasil penelitian, maka peneliti juga akan memberikan beberapa saran yang kiranya dapat berguna untuk perusahaan yaitu sebagai berikut :

1. Diharapkan PT. Panca Anugrah Lestari lebih meningkatkan bagian promosi seperti memasang iklan pada majalah dan koran, penyebaran brosur yang lebih luas, memasang reklame di pinggir jalan, maupun penyampaian di radio, agar produk lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas dan melakukan promosi seperti pemberian voucher agar pelanggan lebih tertarik terhadap pembelian produk.
2. Diharapkan PT. Panca Anugrah Lestari lebih meningkatkan lagi kecepatan dalam memberikan pelayanan karena dengan respon yang cepat membuat pelanggan merasa diperhatikan dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Respon yang cepat dan ramah akan memberikan pengalaman kepada pelanggan untuk membeli produk-produk dari perusahaan dan agar pelanggan merasa puas dengan produk PT. Panca Anugrah Lestari maka perlu ditingkatkan lagi kejelasan informasinya melalui iklan, dan brosur serta keluhan-keluhan pelanggan hendaknya lebih diperhatikan lagi. Perusahaan harus mensiasati bagaimana agar pelanggan lebih merasa puas dan tidak terpengaruh oleh produk lain, seperti meningkatkan kualitas produk, desain dan harga
3. Diharapkan PT. Panca Anugrah Lestari lebih meningkatkan loyalitas pelanggan dengan cara memberikan diskon setiap pembelian barang dan memberikan harga yang kompetitif kepada pelanggan serta memberikan pelayanan pelanggan yang

lebih baik dengan cara karyawan harus lebih tanggap dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan, dengan cara menawarkan bantuan, memberikan brosur barang, agar memudahkan pelanggan untuk mendapatkan barang kebutuhannya serta mengetahui harga yang ditawarkan kepada pelanggan, sehingga tercipta kepuasan pelanggan dan dapat meraih loyalitas pelanggan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2012. *Strategi Marketing*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Fadil, Zaki dan Priyo Utama. 2015. *Teknik Marketing Itu Mudah (Perencanaan Marketing Strategis Untuk Mengurus Bisnis)*. Yogyakarta. Second Hope.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Herlambang, Susatyo. 2014. *Basic Marketing (Dasar – Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta : Gosyen Publishing.
- Kurniawan, Arief Rakhman. 2014. *Total Marketing*. Yogyakarta: Kobis
- Limakrisna, Nandan dan Togi Parulian Purba. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Marwanto, Aris. 2015. *Marketing Sukses*. Yogyakarta : Kobis.
- Nazir, Moh. 2017. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Santoso, Singgih. 2015. *Menguasai SPSS 22. From Basic To Expert Skills*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Setiyaningrum, Ari, Jusuf Udaya dan Efendi. 2015. *Prinsip – Prinsip Pemasaran – Pengenalan Plus Tren Terkini tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing dan E-Marketing*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Sudaryono.2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Sumarwan, Ujang, Herien Puspitawati, Agustinus Hariadi. Mochammad Mukti Ali. Muhammad Gajali. Sri Hartono, dan Tara Farina. 2013. *Riset pemasaran dan konsumen*. Bogor : PT. Penerbit IPB Press.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenali Konsumen)*. Jakarta : PT. Buku Seru.
- Thoifah, I'Anatut. 2015. *Statistika Pendidikan & Metode Penelitian Kuantitatif*. Malang : Madani.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Wijayanti, Titik. 2017. *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Zainal, Veithzal Rivai, Firdaus Djaelani, Salim Basalamah, Husna Leila Yusran, dan Andria Permata Veithzal. 2017. *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw*. Jakarta : PT Bumi Aksara.