

Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen

Maya Riska Framayani, Tedi Rusman, Rahmah Dianti Putri

Pendidikan Ekonomi PIPS FKIP Unila

Jalan Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 01 Bandar Lampung

The research was intended to find out Price Influence, Service Quality and Sales Promotion Towards Consumer Satisfaction By Taking Into Account The Sales Volume of Yamaha Motorcycle at Lautan Teduh Dealer in Bandar Sribhawono year 2017. The population in this research were 124 customer. The sample were 95 correspondence which were decided by non probability sampling and purposive sampling. Data collecting technique was done by analysis unit questionnaire by using linear regression and path analysis. The subject of this research was customer who bought Yamaha Motorcycle using cash and credit at Lautan Teduh Dealer in subdivision Bandar Sribhawono. The method which was used in this research was descriptive verification by using ex post facto and survey approach. The result of this research showed that there was an influence between price, service quality and sales promotion towards customer satisfaction by taking into account the sales volume direct and indirectly.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Memperhatikan Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha Pada Dealer Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono Tahun 2017. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 124 konsumen. Sampel yang diperoleh adalah 95 responden yang ditentukan dengan teknik *non-probability sampling* serta metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner analisis dengan metode pengujian menggunakan Regresi Linier dan *Analysis Path*. Subjek penelitian yaitu konsumen yang membeli sepeda motor Yamaha secara *cash* dan kredit di Dealer Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *deskriptif verifikatif* dengan pendekatan *ex post facto* dan *survey*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh antara harga, kualitas pelayanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan konsumen dengan memperhatikan volume penjualan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kata kunci: harga, kualitas pelayanan, promosi penjualan, kepuasan konsumen

PENDAHULUAN

Sepeda motor adalah kendaraan yang sangat diminati oleh hampir sebagian besar warga di Indonesia. Hampir setiap rumah pasti memiliki kendaraan sepeda motor dan bahkan dalam satu rumah memiliki lebih dari dua sepeda motor. Hal tersebut memicu meningkatnya penjualan sepeda motor di Indonesia terutama sepeda motor Yamaha. Dalam penjualan sepeda motor sendiri tentu para konsumen sangat memperhatikan beberapa kriteria dalam menentukan pilihan sepeda motor mana yang akan dibeli agar konsumen sendiri merasa puas dalam membeli sepeda motor tersebut.

Dalam melakukan penjualan produk sepeda motor tentu memerlukan teknik pemasaran yang tepat, diantaranya adalah dengan menggunakan konsep Bauran Pemasaran (Marketing Mix).

Menurut Horngren, Foster dan Datar yang dikutip oleh Basu Swastha (2005:58), volume penjualan adalah ukuran aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan kapasitas dalam satuan uang atau unit produk dimana manajemen

akan berusaha untuk mempertahankan volume yang menggunakan kapasitas yang ada dengan sebaik mungkin. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa sebuah perusahaan akan mempertahankan volume penjualan untuk tetap naik dengan menggunakan cara sebaik mungkin termasuk dengan mempertahankan kepuasan konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengidentifikasi pengaruh antara harga dengan kepuasan konsumen pada dealer motor Lautan Teduh.
2. Untuk mengidentifikasi pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada dealer motor Lautan Teduh.
3. Untuk mengidentifikasi pengaruh antara promosi penjualan dengan kepuasan konsumen pada dealer motor Lautan Teduh.
4. Untuk mengidentifikasi hubungan antara harga dengan kualitas pelayanan.

5. Untuk mengidentifikasi hubungan antara harga dengan promosi penjualan.
6. Untuk mengidentifikasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan promosi penjualan.
7. Untuk mengidentifikasi pengaruh antara harga terhadap volume penjualan pada dealer motor Lautan Teduh.
8. Untuk mengidentifikasi pengaruh antara kualitas pelayanan dengan volume penjualan pada dealer motor Lautan Teduh.
9. Untuk mengidentifikasi pengaruh antara promosi penjualan dengan volume penjualan pada dealer motor Lautan Teduh.
10. Untuk mengidentifikasi pengaruh antara volume penjualan dengan kepuasan konsumen.
11. Untuk mengidentifikasi pengaruh antara harga, kualitas pelayanan dan promosi penjualan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada dealer motor Lautan Teduh.
12. Untuk mengidentifikasi pengaruh antara harga, kualitas pelayanan, dan promosi penjualan secara bersama-sama terhadap volume penjualan pada dealer motor Lautan Teduh.

Menurut Tjiptono (2011:151) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2011:345), harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa.

Dari definisi diatas menjelaskan bahwa harga adalah unsur penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan *income* bagi keberlangsungan perusahaan. Selain itu, harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses

pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen.

Menurut Lewis & Booms (dalam Tjiptono, 2012:157) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan/pengunjung. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan/pengunjung dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan tersebut. Nilai kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan atau dalam hal ini pengunjung untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan lembaga

atau instansi pemberi pelayanan jasa. Ikatan hubungan yang baik ini akan memungkinkan lembaga pelayanan jasa untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan/pengunjung serta kebutuhan mereka.

Pengertian promosi menurut William Shoell yang dikutip oleh Buchari Alma (2007:179), sebagai berikut: "Promosi adalah upaya pemasar untuk berkomunikasi dengan khalayak sasaran. Komunikasi adalah proses mempengaruhi perilaku orang lain dengan berbagi ide, informasi atau perasaan dengan mereka."

Sedangkan pengertian promosi menurut Buchari Alma (2007:179), sebagai berikut: "Promosi itu adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan para calon konsumen tentang barang dan jasa."

Dari kedua pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi itu adalah suatu kegiatan dimana mempunyai peranan penting dalam kegiatan pemasaran yaitu memotivasi para konsumen untuk melakukan pembelian.

Pengertian promosi penjualan (*sales promotion*) menurut William F. Sehoell yang dikutip oleh Buchari Alma (2007 : 188) menyatakan bahwa “Promosi penjualan adalah aktivitas yang menawarkan insentif dalam periode terbatas untuk mendorong respons yang diinginkan dari target pelanggan, orang penjualan atau perantara perusahaan.”

Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong yang dikutip kembali oleh Buchari Alma (2007 :188) menyatakan bahwa “Promosi penjualan terdiri dari insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau layanan.” Dari kedua pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan (*sales promotion*) adalah keinginan menawarkan insentif dalam periode tertentu untuk mendorong keinginan calon konsumen, para penjual atau perantara.

Menurut Daryanto & Setyobudi (2014), kepuasan konsumen merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk, dimana harapan dan

kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi. Solomon (2011), menyebutkan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan keseluruhan konsumen mengenai produk atau jasa yang telah dibeli oleh konsumen. Sementara menurut Engelet al., (1995) kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*Outcome*) yang sama atau melebihi harapan dari konsumen, sedangkan ketidakpuasan akan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen (dalam Daryanto & Setyobudi, 2014). Oliver (dalam Peter dan Olson,1996) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipatgandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman pengkonsumsian.

Menurut Winardi (2001:359), definisi volume penjualan adalah sebagai berikut: “Volume penjualan adalah hasil penjualan yang dinyatakan dalam bentuk kualitatif,

fiskal atau volume”. Sedangkan menurut Swastha (2003:141), menyatakan bahwa: “Volume penjualan merupakan penjualan bersih dari laporan laba perusahaan. Penjualan bersih diperoleh melalui hasil penjualan seluruh produk (produk lini) selama jangka tertentu, dan hasil penjualan yang diperoleh dari market share (pangsa pasar) yang merupakan penjualan potensial, yang dapat terdiri dari kelompok teritorial dan kelompok pembeli saham jangka waktu tertentu”.

Menurut Kotler (2006) usaha untuk meningkatkan volume penjualan adalah sebagai berikut:

- a. Menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya.
- b. Menempatkan dan pengaturan yang teratur sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.
- c. Mengadakan analisis pasar.
- d. Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial.
- e. Mengadakan pameran.
- f. Mengadakan *discount* atau potongan harga.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai yaitu penelitian deskriptif verifikatif, dengan menggunakan metode pendekatan *ex post facto* dan *survey*. *Ex postfacto* merupakan suatu penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi dan kemudian menurut kebelakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut. Sedangkan metode *survey* adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distributif, dan hubungan-hubungan antar variabel. (Sugiyono, 2007: 7).

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berdasarkan data primer atau data langsung dari sumber asli atau objek di tempat penelitian yang di peroleh dari jawaban para responden yang menjawab kuisioner. Penelitian menggunakan uji persyaratan data berupa uji normalitas menggunakan rumus *Kolmogorof-Smirnov* dan uji

homogenitas menggunakan rumus *Bartlett*. Sedangkan perhitungan hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis jalur atau *Path Analysis*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara statistik, maka diperoleh sebagai berikut :

1. Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Motor Yamaha Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono Lampung Timur. Hal ini dibuktikan dengan t_{hitung} sebesar 4,654 dan tingkat signifikansi (sig.) 0,000. Sedangkan t_{tabel} dengan $dk = n - 2 = 95 - 2 = 93$ dan $\alpha = 0,05$ diperoleh 1,9858; dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,654 > 1,9858$ dan sig. 0,000 < 0,05. Hasil perhitungan dengan SPSS diperoleh koefisien jalur ρ_{YX_1} sebesar 0,265 berarti besarnya pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 0,265 atau 26,5%.
2. Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap

kepuasan konsumen pada Dealer Motor Yamaha Lautan Teduh cabang Bandar Sribhawono Lampung Timur. Hal ini dapat dibuktikan dengan t_{hitung} sebesar 6,405 dan tingkat signifikansi (sig.) 0,000. Sedangkan t_{tabel} dengan $dk = n - 2 = 95 - 2 = 93$ dan $\alpha = 0,05$ diperoleh 1,9858; dengan demikian $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $6,405 > 1,9858$ dan sig. 0,000 < 0,05. Hasil perhitungan dengan SPSS diperoleh koefisien jalur ρ_{YX_2} sebesar 0,450 berarti pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 0,450 atau 45%.

3. Ada pengaruh yang signifikan promosi penjualan terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Motor Yamaha Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono Lampung Timur. Hal ini dapat dibuktikan dengan t_{hitung} sebesar 4,939 dan tingkat signifikansi (sig.) 0,000. Sedangkan t_{tabel} dengan $dk = n - 2 = 95 - 2 = 93$ dan $\alpha = 0,05$ diperoleh 1,9858; dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,939 > 1,9858$ dan sig. 0,000 < 0,05. Hasil

perhitungan dengan SPSS diperoleh koefisien jalur ρ_{YX_3} sebesar 0,302 berarti besarnya pengaruh Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 0,302 atau 30,2%.

4. Ada hubungan antara variabel harga, kualitas pelayanan dan promosi penjualan. Hal ini dapat dibuktikan dengan angka korelasi antara variabel Harga (X_1) dengan Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 0,804. Koefisien korelasi antara variabel Harga (X_1) dengan variabel Promosi Penjualan (X_3) diperoleh sebesar 0,731 dan koefisien korelasi antara variabel Kualitas Pelayanan (X_2) dengan variabel Promosi Penjualan (X_3) diperoleh sebesar 0,832. Sedangkan koefisien r_{tabel} dengan $dk = 95$ dan $\alpha = 0,05$ diperoleh 0,202 dengan demikian untuk semua variabel $r_{hitung} > r_{tabel}$.
5. Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap volume penjualan pada Dealer Motor Yamaha Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono Lampung Timur. Hal ini dapat dibuktikan dengan t

t_{hitung} untuk variabel Harga sebesar 2,979 dan tingkat signifikansi (sig.) 0,004. Sedangkan t_{tabel} dengan $dk = 95 - 2 = 93$ dan $\alpha = 0,05$ diperoleh 1,9858; dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,979 > 1,9858$ dan sig. $0,004 < 0,05$. Hasil perhitungan dengan SPSS diperoleh koefisien jalur ρ_{ZX_1} sebesar 0,224 berarti besarnya pengaruh langsung harga terhadap volume penjualan sebesar 22,4%.

6. Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap volume penjualan pada Dealer Motor Yamaha Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono Lampung Timur. Hal ini dapat dibuktikan dengan t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 2,413 dan tingkat signifikansi (sig.) 0,018. Sedangkan t_{tabel} dengan $dk = 95 - 2 = 93$ dan $\alpha = 0,05$ diperoleh 1,9858 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,413 > 1,9858$ dan sig. $0,018 < 0,05$. Hasil perhitungan dengan SPSS diperoleh koefisien jalur ρ_{ZX_2} sebesar 0,242 berarti

besarnya pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap volume penjualan sebesar 24,2%.

7. Ada pengaruh yang signifikan promosi penjualan terhadap volume penjualan pada Dealer Motor Yamaha Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono Lampung Timur. Hal ini dapat dibuktikan dengan t_{hitung} untuk variabel Promosi Penjualan sebesar 3,011 dan tingkat signifikansi (sig.) 0,003. Sedangkan t_{tabel} dengan $dk = 95 - 2 = 93$ dan $\alpha = 0,05$ diperoleh 1,9858 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,011 > 1,9858$ dan sig. $0,003 < 0,05$. Hasil perhitungan dengan SPSS diperoleh koefisien jalur ρ_{ZX_3} sebesar 0,246 berarti besarnya pengaruh langsung promosi penjualan terhadap volume penjualan sebesar 25,6%.
8. Ada pengaruh variabel kepuasan konsumen terhadap volume penjualan pada Dealer Motor Yamaha Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono Lampung Timur. Hal ini dapat dibuktikan

dengan t_{hitung} untuk variabel Kepuasan Konsumen sebesar 2,230 dan tingkat signifikansi (sig.) 0,028. Sedangkan t_{tabel} dengan $dk = 95 - 2 = 93$ dan $\alpha = 0,05$ diperoleh 1,9858 ; dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,230 > 1,9858$ dan sig. $0,028 < 0,05$. Hasil perhitungan dengan SPSS diketahui koefisien jalur untuk variabel Kepuasan Konsumen diperoleh ρ_{ZY} sebesar 0,277 berarti besarnya pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Volume Penjualan motor sebesar 27,7%.

9. Ada pengaruh yang signifikan variabel harga, kualitas pelayanan, dan promosi penjualan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Motor Yamaha Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono Lampung Timur. Hal ini dapat dibuktikan dengan $F_{hitung} = 269,509$ dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 . F_{tabel} dengan dk pembilang = 3 dan dk penyebut = 91 dengan $\alpha = 0,05$ atau $F_{tabel} = F_{(0,05)(3; 91)} = 2,70$. Dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $269,509 > 2,70$ dan

signifikansi $0,000 < 0,05$. Kadar Determinasi sebesar 0,899 atau 89,9%, ini berarti variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel harga, kualitas pelayanan dan promosi penjualan sebesar 89,9% sisanya sebesar 10,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

10. Ada pengaruh harga, kualitas pelayanan, promosi penjualan, dan kepuasan konsumen terhadap volume penjualan motor Yamaha di Dealer Motor Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono Lampung Timur. Hal ini dapat dibuktikan dengan $F_{hitung} = 137,474$ dan F_{tabel} dengan dk pembilang = 4 dan dk penyebut = 90 dengan $\alpha = 0,05$ atau $F_{tabel} = F_{(0,05)(4; 90)} = 2,47$. Dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $137,474 > 2,47$ dan nilai Signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Kadar Determinasi sebesar 0,859 atau 85,9%, ini berarti variabel volume penjualan dipengaruhi secara simultan oleh variabel harga, kualitas pelayanan, promosi penjualan

dan kepuasan konsumen sebesar 85,9%, sisanya sebesar 14,1 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Berdasarkan perhitungan menghasilkan fakta bahwa Ada pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan konsumen dengan memperhatikan volume penjualan secara simultan (secara bersama-sama) pada sepeda motor Yamaha pada Dealer Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono Lampung Timur. Terdapat beberapa kesimpulan terkait dengan pemasaran pada Dealer Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono Lampung Timur, yaitu :

1. Konsumen saat ini belum merasa puas terhadap harga yang ditawarkan oleh pihak Dealer. Sehingga konsumen enggan untuk melakukan pembelian dan hal tersebut berpengaruh terhadap penurunan volume penjualan.
2. Konsumen Dealer Yamaha Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono masih belum puas terhadap pelayanan yang diberikan, seperti ruang tunggu

yang kurang nyaman, dan beberapa keluhan yang diutarakan kepada pihak Dealer masih belum ditanggapi. Sementara dari hasil analisis data diperoleh bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sangat besar.

3. Dealer Yamaha Lautan Teduh masih minim melakukan promosi penjualan, hal tersebut tentu membuat masyarakat disekitar Dealer tidak mendapat informasi tentang produk apa saja yang sedang dipromosikan. Sementara di daerah sekitar Dealer sudah ada beberapa stasiun Radio yang tentunya akan membantu dalam promosi penjualan supaya masyarakat mendapat informasi bahwa Dealer Yamaha Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono sedang melakukan promosi terhadap produknya.
4. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dealer kepada konsumen masih tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan. Dimana harga yang produk Yamaha terbilang tinggi namun pelayanan yang diberikan masih belum maksimal.

5. Pihak Dealer seharusnya memaksimalkan publikasi promosi penjualan agar masyarakat mengetahui informasi bahwa sedang ada potongan harga pembelian sehingga banyak masyarakat yang tertarik untuk melakukan pembelian dan hal tersebut tentu dapat meningkatkan volume penjualan.

Keterjangkauan harga, pelayanan yang maksimal serta promosi yang menarik tentu akan mendatangkan banyak calon pembeli dan ketika mereka melakukan pembelian tentu volume penjualan akan meningkat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang dilakukan mengenai pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan konsumen dengan memperhatikan volume penjualan sepeda motor Yamaha. Dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Yamaha Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono.

2. Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Yamaha Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono.
3. Ada pengaruh yang signifikan promosi penjualan terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Yamaha Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono.
4. Ada hubungan antara harga dengan kualitas pelayanan pada Dealer Yamaha Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono.
5. Ada hubungan antara harga dengan promosi penjualan pada Dealer Yamaha Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono.
6. Ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan promosi penjualan pada Dealer Yamaha Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono.
7. Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap volume penjualan pada Dealer Yamaha Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono.
8. Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap volume penjualan pada Dealer Yamaha Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono.
9. Ada pengaruh yang signifikan promosi penjualan terhadap volume penjualan pada Dealer Yamaha Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono.
10. Ada pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap volume penjualan pada Dealer Yamaha Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono.
11. Ada pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas pelayanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Yamaha Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono.
12. Ada pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas pelayanan dan promosi penjualan terhadap volume penjualan pada Dealer Yamaha Lautan Teduh Cabang Bandar Sribhawono.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma. 2007. Hal. 179.
Bauran Pemasaran.
- Daryanto dan Setyobudi. 2014.
Pemasaran Perusahaan.
- Horngren, Foster, Datar. 2015. Hal. 58.
Volume Penjualan.

Kotler dan Amstrong. 2011. Hal. 345. *Marketing Mix*

Lewis dan Booms. 2012. Hal. 157. *Service Quality*.

Solomon , Micheal R. (2002). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Sugiyono. 2007. Hal. 7. *Metode Penelitian*.

Tjiptono. 2011. Hal. 151. *Bauran Pemasaran*.

William Shoel. 2007. Hal. 179. *Sales Promotion*.

Winardi. 2001. Hal. 359. *Volume Penjualan*.