

## ABSTRAK

**Kusumaningrum, Ariyani Dwi.** 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Penumpang Kapal Motor Cepat Kartini I Lintas Jepara-Karimunjawa dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi. Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang. 97 hal. Dosen Pembimbing I, Dra. Murwatiningsih, MM. Dosen Pembimbing II, Drs. Ade Rustiana, M,Si.

### **Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Pembelian, Kepuasan Penumpang**

Peranan pengangkutan menjadi sangat penting karena pengangkutan berperan menentukan perkembangan ekonomi di suatu negara khususnya dalam bidang pariwisata. Perusahaan KMC Kartini I dalam menawarkan jasanya dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumennya sehingga dengan keputusan tersebut perusahaan mendapatkan kepuasan para penumpangnya. Tetapi pada kenyataannya perusahaan KMC Kartini I tidak mengalami peningkatan jumlah penumpang melainkan mengalami fluktuasi jumlah penumpang. Masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan penumpang dengan keputusan pembelian sebagai variabel *intervening* baik secara langsung maupun tidak langsung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi secara langsung maupun tidak langsung terhadap kepuasan penumpang KMC Kartini I dengan keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penumpang KMC Kartini I. Pengambilan sampel menggunakan tehnik *accidental sampling* artinya responden yang dijumpai saat menggunakan jasa kapal dan dianggap layak. Ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan iterasi dan diperoleh sampel sebanyak 103 orang. Metode pengambilan data menggunakan angket/kuesioner. Metode analisis data menggunakan analisis jalur (*path analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh secara positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung variabel kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan penumpang KMC Kartini I dengan keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*. Hasil analisis jalur yang pertama diperoleh persamaan  $P = -0,110 + 0,548X_1 + 0,557X_2 + 0,408$  dan yang kedua diperoleh  $Y = 0,040 + 0,325X_1 + 0,203X_2 + 0,384P + 0,451$ .

Simpulan dari penelitian ini adalah Ada pengaruh secara langsung maupun tidak langsung variabel kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan penumpang KMC Kartini I dengan keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*. Saran bagi pihak KMC Kartini I sebaiknya perusahaan terus meningkatkan kegiatan promosi dengan cara menggunakan gambar-gambar di mobil seperti gambar kapal disertai gambar obyek wisata, melalui baliho, dan promosi melalui internet.