

ABSTRAK

Pemerintah Indonesia selalu berusaha memperbaiki aspek kehidupan di Indonesia, termasuk masalah mengenai perdagangan baik dalam Negri maupun luar Negri. Persaingan-persaingan dalam usaha perdagangan semakin ketat, satu sama lain.

Berdasarkan pemikiran di atas, penulis mencoba melakukan penelitian mengenai Promosi penjualan produk dari salah satu perusahaan yang ada di kota Bandung dalam meningkatkan minat beli konsumen.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji adanya pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli. CV. Mulia Mandiri Lestari bergerak dibidang perdagangan Insulation yaitu perdagangan Glasswool, Alumunium Foil, Galvanized roofmesh, rockwool.

Di masa ini untuk segala perdagangan dibutuhkan promosi penjualan yang baik untuk dapat menarik minat beli konsumen. Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli konsumen pada CV.Mulia Mandiri Lestari.

Promosi penjualan di CV.Mulia Mandiri Lestari dilakukan dengan brosur, sampel dan disertai dengan garansi. Hal ini diharapkan dapat menarik minat beli di CV.Mulia Mandiri Lestari.

Data dikumpulkan melalui survey langsung ke CV.Mulia Mandiri Lestari sebagai responden dengan mengirimkan kuesioner dengan mengirimkan 100 kuesioner.dari 100 kuesioner yang dikirimkan semua kembali (mengalami tingkat pengembalian 100%).

Peneliti melakukan uji korelasi dan regresi yang diperoleh hasil bahwa adanya pengaruh dari promosi penjualan terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci : Promosi penjualan, minat beli konsumen

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian	4
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Pengertian Pemasaran	5
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	6
2.3 Pengertian Bauran Pemasaran	7
2.3.1 Pengertian Promosi	11
2.3.2 Pengertian Bauran promosi	11
2.3.3 Pengertian Promosi Penjualan	14
2.4 Alat Promosi Penjualan.....	14
2.5 Kelebihan dan Kelemahan Promosi Penjualan	16
2.6 Niat Beli Konsumen.....	17

2.6.1 Pengertian Niat.....	17
2.6.2 Proses Keputusan Membeli	19
2.6.3 Peran Pembelian	23
2.6.4 Perilaku Pembelian	24
2.7 Perilaku Konsumen	27
2.7.1 Pengertian Perilaku Konsumen	27
2.7.2 Model Perilaku Konsumen	28
2.7.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .	30
2.8 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli	36
2.9 Kerangka Pemikiran	38

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	39
3.1.1 Sejarah Perusahaan	39
3.1.2 Uraian Jabatan Perusahaan	40
3.1.3 Produk atau Jasa Yang Dipasarkan	41
3.2 Metodologi Penelitian	41
3.3 Operasional Variabel	42
3.4 Metode Pengolahan Data dan Analisis Data	43
3.5 Skala Pengukuran	46
3.5.1 Skala Nominal.....	46
3.5.2 Skala Ordinal.....	46
3.5.3 Skala Interval	46
3.5.4 Skala Ratio	47
3.6 Sumber dan Cara Penentuan Data	47
3.7 Populasi dan Sampel.....	48
3.7.1 Metode Pengambilan Sampel	50
3.7.2 Jumlah Sampel	50
3.8 Teknik Pengumpulan Data	51
3.9 Pengujian Instrumen Penelitian	52
3.9.1 Uji Validitas.....	52

3.9.2 Uji Reliabilitas.....	53
3.10 Analisis Regresi	54
3.10.1 Analisis Regresi Sederhana.....	54
3.11 Kriteria Pengujian Hipotesis.....	54
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Karakteristik Responden	56
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	58
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah atau Tidaknya membeli Produk di CV.Mulia Mandiri Lestari	59
4.2 Tanggapan Konsumen Terhadap Promosi Penjualan dan Minat Beli.....	59
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Promosi Penjualan	60
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli	64
4.3 Hasil Pengujian Normalitas	66
4.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	67
4.4.1 Hasil Pengujian Validitas.....	67
4.4.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	68
4.5 Hasil Pengujian Regresi	71
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis	72
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	75
5.3 Kelemahan Penelitian	75
 DAFTAR PUSTAKA	 77
LAMPIRAN	79
 DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Gambar keputusan pembelian.....	22
Gambar 2 Tipe Perilaku Pembelian Konsumen.....	25
Gambar 3 Model Perilaku pembelian Konsumen.....	29
Gambar 4 Kerangka Pemikiran.....	38

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I Variabel, Konsep, Sub Variabel, Indikator dan Skala	43
Tabel II Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel III Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel IV Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per bulan ..	58
Tabel V Karakteristik Responden Pernah atau tidak memakai produk ...	59
Tabel V Tanggapan Responden terhadap Promosi Penjualan.....	60
Tabel VII Tanggapan Responden mengenai Minat beli	64
Tabel VIII Hasil pengujian Normalitas.....	66
Tabel IX Hasil Pengujian Validitas Awal.....	67
Tabel X Hasil Pengujian Validitas Akhir.....	68
Tabel XI Hasil Uji Reliabilitas X.....	69
Tabel XII Hasil Uji Reliabilitas Y	70
Tabel XIII Hasil Pengujian Regresi.....	71
Tabel XIV Hasil Pengujian Hipotesis.....	72
Tabel XV Tabel Anova.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	79
Lampiran 2 Hasil SPSS 13.....	82
Lampiran 3 Contoh Gambar Produk Perusahaan.....	91