

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Pembatasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
BAB II URAIAN TEORITIS DAN HIPOTESIS	8
2.1 Uraian Teoritis dan Hipotesis	8
2.1.1 Pengertian <i>Promotional mix</i>	8
2.1.2. Faktor-Faktor Yang mempengaruhi <i>Promotional Mix</i>	10
2.1.3. Tujuan dan Manfaat <i>Promotional mix</i>	11
2.2 . Kualitas Pelayanan	16
2.2.1. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	16
2.2.2. Faktor –faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	18
2.3. Minat Beli Konsumen.....	18
2.3.1. Faktor – Faktor yang mempengaruhi Minat Beli Konsumen..	19

2.3.2. Indikator Minat Beli	20
2.4 Penelitian Terdahulu	20
2.5 Kerangka Konseptual	23
2.6 Hipotesis	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	26
3.2. Populasi dan Sampel	27
3.2.1 Populasi	27
3.2.2 Sampel	27
3.3. Jenis Penelitian.....	28
3.4. Sumber data	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Sejarah PT. Anugerah Pratama Medan	36
4.1.1. Struktur organisasi perusahaan	37
4.1.2. Uraian Tugas/ Wewenang.....	38
4.2 Hasil Penelitian	39
4.2.1 Karakteristik responden	39
4.2.2. Deskripsi Jawaban Responden.....	41
4.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	56
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	60
4.2.5 Uji Regresi Linier Berganda	64

4.2.6 Uji Hipotesis	66
4.3 Pembahasan.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	71

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1	Jadwal Rencana Penelitian.....	26
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel-variabel.....	28
Tabel 3.3	Skala Likert	30
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2	Karakteristik Responden menurut Usia	40
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	40
Tabel 4.4	PT. Anugerah Pratama bekerjasama dengan pengelola untuk memperomosisikan produk pecah belah melalui iklan.....	41
Tabel 4.5	Memberikan hadiah kepada konsumen saat acara -acara tertentu. Misalnya hari besar.....	42
Tabel 4.6	Memberikan paket bonus kepada konsumen yang membeli banyak produk	42
Tabel 4.7	Saat acara hari besar sering terlihat pembagian promo-promo beli harga murah.....	43
Tabel 4.8	Pihak PT Anugerah Pratama memperbolehkan membeli dalam jumlah sedikit.....	43
Tabel 4.9	Produk PT Anugerah Pratama diperkenalkan langsung kepada masyarakat melalui adanya potongan harga	44
Tabel 4.10	Banyak konsumen dari luar kota yang menjadi konsumen tetap...	44
Tabel 4.11	Dari tahun ketahun konsumen PT Anugerah Pratama meningkat .	45
Tabel 4.12	Dari banyaknya pilihan produk pecah belah, saya dan keluarga lebih tertarik membeli produk PT Anugerah Pratama	45
Tabel 4.13	Saya senang membeli produk dan ingin membeli kembali produk PT Anugerah Pratama.....	46
Tabel 4.14	Karyawan ramah dan profesional dalam melayani konsumen.....	46
Tabel 4.15	Fasilitas dan pelayanan yang diberikan susah sesuai harapan konsumen	47

Tabel 4.16	Pelayanan sudah sesuai dengan yang diharapkan.....	47
Tabel 4.17	Karyawan peduli dan ramah terhadap konsumen yang datang.....	48
Tabel 4.18	Karyawan siap dan sigap dalam melayani konsumen	48
Tabel 4.19	Karyawan menyelesaikan kebutuhan dengan cepat dan tepat	49
Tabel 4.20	Penanganan keluhan diberikan dengan baik.....	49
Tabel 4.21	Konsumen mendapatkan kemudahan dalam pencarian informasi yang dibutuhkan.....	50
Tabel 4.22	Karyawan ramah dalam pelayanannya	50
Tabel 4.23	Karyawan dapat berkomunikasi dengan baik dan jelas	51
Tabel 4.24	Saya senang membicarakan produk PT Anugerah Pratama kepada orang lain.....	51
Tabel 4.25	Saya akan merekomendasikan atau menyarankan produk PT AnugerahPratama kepada keluarga, teman atau kerabat.	52
Tabel 4.26	Saya bersedia untuk membeli produk PT Anugerah Pratama kembali	52
Tabel 4.27	Saya akan mengumpulkan informasi sebanyak mungkin sebelum membeli produk PT Anugerah Pratama	53
Tabel 4.28	Saya telah mempelajari detail produk PT Anugerah Pratama yang akan saya beli	53
Tabel 4.29	Produk PT Anugerah Pratama saya yakini berkualitas.....	54
Tabel 4.30	Produk PT Anugerah Pratama menjadi pilihan saya untuk membeli barang pecah belah	54
Tabel 4.31	Konsumen lebih senang membeli produk PT Anugerah Pratama dari pada merek lain	55
Tabel 4.32	Merek produk PT Anugerah Pratama menjadi pilihan utama saat membeli barang pecah belah	55
Tabel 4.33	Produk PT Anugerah pratama merek yang disarankan orang tua saya saat membeli barang pecah belah.....	56
Tabel 4.34	Hasil Uji Validitas <i>promotional mix</i> (X ₁)	57
Tabel 4.35	Hasil Uji Validitas kualitas pelayanan (X ₂).....	57
Tabel 4.36	Hasil Uji Validitas minat beli (Y)	58

Tabel 4.37	Hasil Uji Reliabilitas variabel <i>promotional mix</i> (X_1).....	59
Tabel 4.38	Hasil Uji Reliabilitas variabel kualitas Pelayanan (X_2).....	59
Tabel 4.39	Hasil Uji Reliabilitas variabel minat beli (Y).....	60
Tabel 4.40	Hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	61
Tabel 4.41	Pengujian Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.42	Hasil Pengujian Regresi Berganda.....	65
Tabel 4.43	Hasil Uji t.....	66
Tabel 4.44	Hasil Pengujian Simultan (F).....	68
Tabel 4.45	Hasil Pengujian Determinasi (R).....	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 4.1 Struktur organisasi PT. Anugerah Pratama Medan	37
Gambar 4.2 Normal Histogram.....	61
Gambar 4.3 Scaterplot.....	64

