



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, HARGA  
DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT KONSUMEN  
UNTUK BERBELANJA PADA ADA SWALAYAN KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

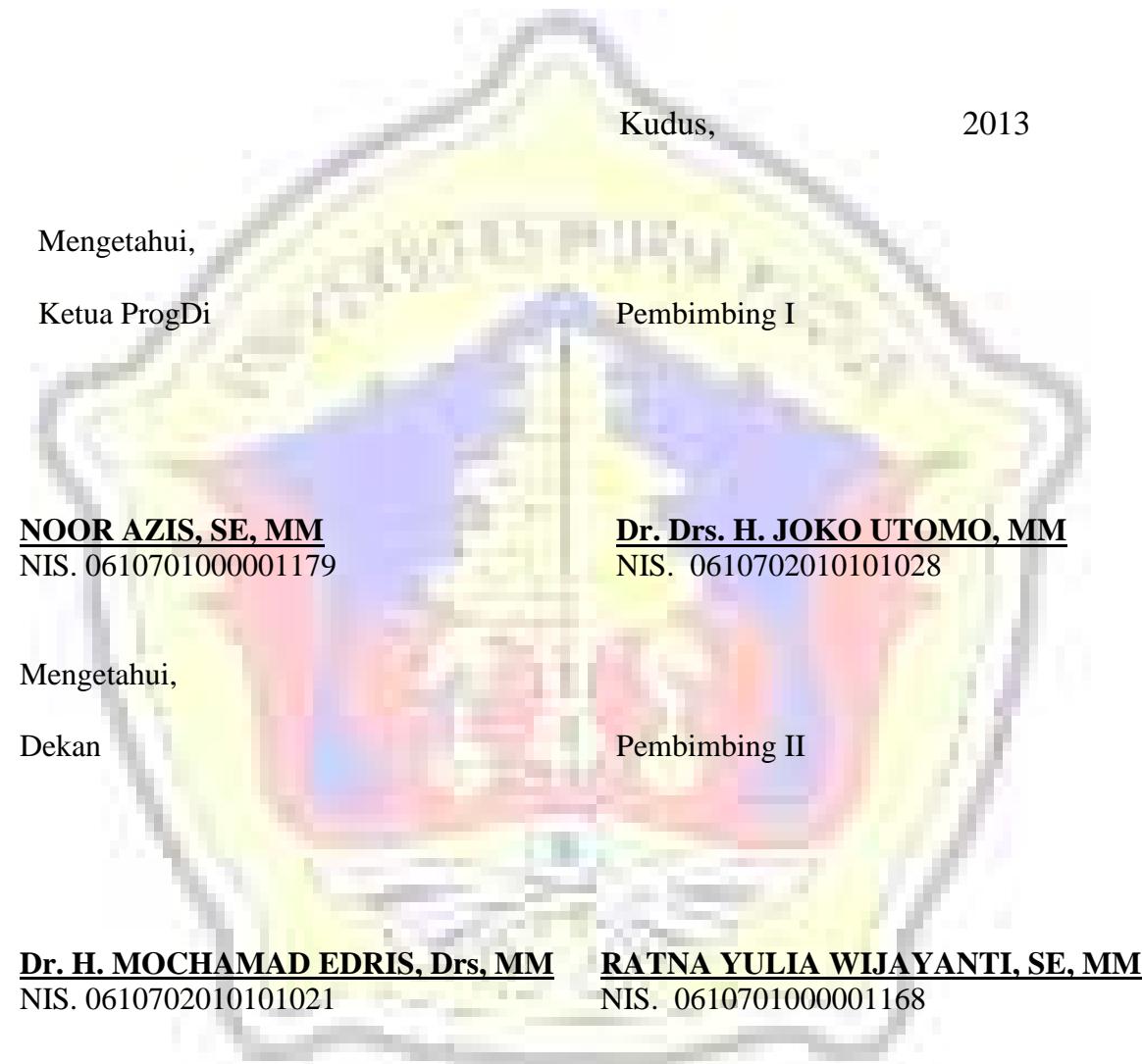
**FAIRUS SANI AGARWALA**

NIM. 2009-11-119

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2013**

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, HARGA  
DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT KONSUMEN UNTUK BERBELANJA  
PADA ADA SWALAYAN KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus



Motto :

- 1) *Allah menyatakan bahwasanya tidak ada Tuhan melainkan Dia, yang menegakkan keadilan, para Malaikat dan orang-orang yang berilmu, tidak ada Tuhan melainkan Dia, Yang Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana.*

*(QS. Al Imron : 18)*

- 2) *Berdirilah kamu, maka berdirilah niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui paa yang akan kamu kerjakan*

*(QS. Al Mujadilah : 11)*

#### PERSEMPAHAN :

1. *Ibu dan Bapakku*
2. *Keluarga besarku*
3. *Sahabat-sahabatku*
4. *Almamater UMK*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, hidayah dan ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul; **“PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT KONSUMEN UNTUK BERBELANJA PADA ADA SWALAYAN KUDUS”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
2. Bapak Dr. Drs. H. Joko Utomo, MM, Dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaiannya penulisan skripsi ini.
3. Ibu Ratna Yulia Wijayanti, SE, MM, Dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaiannya penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.

5. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk bersedia membantu pengisian kuesioner dalam penelitian.
6. Kedua orang tua dan saudara-saudaraku yang telah memberikan bantuan do'a restu dorongan dan bantuan moril maupun meteril sehingga skripsi ini dapat selesai.
7. Pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun untuk penulisan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu penulis akan bersenang hati untuk menerima kritik dan saran. Semoga skripsi ini bermanfaat Amin.



Kudus,

2013

Penulis

**FAIRUS SANI AGARWALA**  
NIM. 2009-11-119

**ABSTRAKSI / RINGKASAN**  
**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**  
**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN**  
**STATUS TERAKREDITASI B**  
**STRATA 1                    2013**

- A. Nama Penyusun : FAIRUS SANI AGARWARA  
B. Judul Skripsi : **PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT KONSUMEN UNTUK BERBELANJA PADA ADA SWALAYAN KUDUS**  
C. Jumlah Halaman : Permulaan xiv, isi 66, Tabel 17, Gambar 2  
D. Ringkasan :

Berkembangnya pusat-pusat perbelanjaan saat ini diikuti juga munculnya tempat-tempat berbelanja modern yang salah satunya di Ada Swalayan Kudus yang ingin memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Misalnya kelengkapan barang, produk-produk pilihan, kebersihan, keamanan, harga, kualitas, pelayanan dan lain sebagainya. Keberhasilan Ada Swalayan Kudus untuk menarik konsumen berbelanja tergantung pada minat membeli dari diri konsumen. Semua faktor seperti promosi, harga dan pelayanan diharapkan mampu menarik minat konsumen untuk mengunjungi swalayan yang merupakan senjata andalan bagi pihak manajemen untuk memenuhi kebutuhan konsumennya.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah promosi penjualan, harga, dan pelayanan berpengaruh terhadap minat konsumen untuk berbelanja pada ADA Swalayan Kudus secara parsial maupun secara berganda? Tujuan penelitian adalah Menganalisis pengaruh promosi penjualan, harga, dan pelayanan terhadap minat konsumen untuk berbelanja pada ADA Swalayan Kudus secara parsial maupun secara berganda.

Variabel bebas dalam penelitian terdiri dari : Promosi penjualan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Pelayanan ( $X_3$ ), sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) dalam minat konsumen berbelanja ( $Y$ ). Jenis dan sumber data adalah data primer dan data sekunder. Populasi adalah seluruh konsumen pada ADA Swalayan Kudus, digunakan sampel penelitian sebanyak 68 orang. Metode pengumpulan data adalah kuesioner dan dokumentasi. Pengolahan Data menggunakan metode *editing, skoring*, tabulasi. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda, pengujian hipotesis; uji t dan Uji F, Koefisien Determinan ( $R^2$ ).

Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ada pengaruh yang signifikan antara variabel promosi penjualan, harga, dan pelayanan terhadap minat konsumen untuk berbelanja pada ADA Swalayan Kudus secara parsial yang didasarkan pada hasil pengujian diperoleh variabel promosi penjualan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,203, harga nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,111, pelayanan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,421 dari ketiga variabel tersebut memiliki nilai  $t_{hitung} >$  dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,669, dan tingkat signifikan di bawah 0,05.
2. Secara berganda ketiga variabel independen yaitu : promosi penjualan, harga, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen untuk berbelanja pada ADA Swalayan Kudus yang didasarkan pada nilai  $F_{hitung}$  sebesar 199,453  $> F_{tabel}$  sebesar 2,748 dan memiliki nilai signifikan di bawah 0,05.

E. Daftar buku yang digunakan : 20 ( tahun 2001-2012).

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMPAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	3
1.3 Perumusan Masalah .....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	4
1.5. Kegunaan Penelitian .....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1. Manajemen Pemasaran .....	6
2.2. Minat Pembelian .....	7
2.2.1. Pengertian Minat Pembelian .....	7
2.2.2. Proses Tahapan Membeli .....	8
2.2.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli .....	11
2.3. Promosi Penjualan .....	12

2.3.1. Pengertian Promosi Penjualan .....	12
2.3.2. Tujuan Promosi Penjualan .....	13
2.3.3. Teknik Promosi Penjualan .....	16
2.4. Harga .....	18
2.4.1. Pengertian Harga .....	18
2.4.2. Strategi Penyesuaian Harga .....	19
2.5. Pelayanan .....	20
2.5.1. Pengertian Pelayanan .....	20
2.5.2. Dimensi Pelayanan .....	21
2.6. Penelitian Terdahulu .....	23
2.7. Kerangka Pemikiran.....	27
2.8. Hipotesis .....	29
BAB. III. METODE PENELITIAN .....	30
3.1. Rancangan Penelitian .....	30
3.2. Variabel Penelitian .....	30
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	32
3.4. Populasi dan Sampel .....	32
3.5. Pengumpulan Data .....	34
3.6. Pengolahan Data .....	34
3.7. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	35
3.8. Analisis Data .....	37
3.8.1. Analisis Regresi .....	37
3.8.2. Pengujian Hipotesis.....	37

	Halaman
3.8.3. Analisis Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R Square</i> )	39
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	41
4.1.1. Gambaran Umum ADA Swalayan Kudus .....	41
4.1.2. Pusat Distribusi .....	41
4.1.3. Sistem Teknologi dan Informasi .....	42
4.1.4. Segmentasi, Target, Geografis, Demografis dan Psikologis.....	42
4.2. Uji Instrumen Data .....	43
4.2.1. Uji Validitas .....	43
4.2.2. Uji Reliabilitas .....	45
4.3. Analisis Data .....	53
4.3.1. Hasil Uji t (Secara Parsial) .....	56
4.3.2. Hasil Uji F (secara Berganda) .....	56
4.3.3. Analisis Regresi Berganda .....	57
4.3.4. Koefisien Determinasi .....	58
4.3. Pembahasan .....	59
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>63</b>
5.1. Kesimpulan .....	64
5.2. Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	4
4.1. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan .....	43
4.2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	44
4.3. Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan.....	44
4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Konsumen .....	45
4.5. Hasil Uji Reliabilitas .....	46
4.6. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
4.7. Responden Berdasarkan Usia .....	47
4.8. Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	48
4.9. Frekuensi Variabel Promosi Penjualan ( $X_1$ ) .....	49
4.10. Frekuensi Variabel Promosi Harga ( $X_2$ ) .....	50
4.11. Frekuensi Variabel Promosi Pelayanan ( $X_3$ ) .....	51
4.12. Frekuensi Variabel Minat Konsumen Untuk Berbelanja (Y)	52
4.13. Hasil Analisis Regresi .....	54
4.14. Hasil Uji t Secara Parsial .....	55
4.15. Hasil Analisis Regresi Secara Simultan .....	58
4.16. Hasil Koefisien Determinasi .....	59

## **DAFTAR GAMBAR**

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1. Tahapan Membeli .....	10
2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	28

