

RINGKASAN

Denny Rahmayani, NPM. 068320002 “Pengaruh Sales Promotion dan Mutu Layanan Dalam Mempertahankan Minat Konsumen Susu Pada PT. Nutricia Indonesia Sejahtera Medan”. Skripsi 2010.

Sales promotion biasanya kurang memungkinkan untuk membujuk pengguna-pengguna loyal dari merk lain dan pindah ke merk lainnya, hal ini disebabkan buruknya kinerja sales promotion pada pasar produk yang memiliki kemiripan merk yang tinggi. Pegawainya atau *service* pelayanan dari karyawan pernah mengecewakan dalam hal pelayanan pada saat atau pasca pembelian, atau karena merk tersebut hanya tersedia di tempat tertentu saja, atau mungkin saja karena sistem pembayaran yang sangat kaku. Hal ini bisa mempengaruhi minat beli konsumen dan berdampak langsung terhadap penjualan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *sales promotion* dalam mempertahankan minat konsumen susu di PT. Nutricia Indonesia Sejahtera Medan, untuk mengetahui pengaruh mutu layanan dalam mempertahankan minat konsumen susu di PT. Nutricia Indonesia Sejahtera Medan dan untuk mengetahui pengaruh *sales promotion* dan mutu layanan dalam mempertahankan minat konsumen susu di PT. Nutricia Indonesia Sejahtera Medan.

Teknik analisis data digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *regresi linear berganda* dengan memakai program *software SPSS 15.00 for windows*. Populasi dalam penelitian ini adalah adalah konsumen susu di PT. Nutricia Indonesia Sejahtera yang berjumlah sekitar 1015 konsumen tetap yang masih aktif berusia 3 tahun kebawah, maka sampel dalam penelitian ini

UNIVERSITAS MEDAN AREA

adalah 91 pelanggan sebagai mewakili dari populasi yang 1015 konsumen susu di PT. Nutricia Indonesia Sejahtera Medan dengan memakai rumus Taro Yamane. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan data primer berupa pengamatan/observasi dan menyebarkan angket pada responden yang dijadikan sampel penelitian serta data sekunder dengan melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan data-data yang berkaitan dengan masalah penelitian. Teknik analisis yang dipergunakan adalah analisis regresi berganda.

Setelah dilakukan interpretasi, diketahui bahwa $Y = 28,881 + 0,231 X_1 + 0,114 X_2 + e$, yang artinya setiap penambahan 1% nilai sales promotion dan mutu layanan akan mengakibatkan kontribusi sebesar 0,231 atau 23,1% dalam mempertahankan minat konsumen susu. Sedangkan nilai R Square (Determinasi) sebesar 0,150 atau (15%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variable independent (sales promotion dan mutu layanan) terhadap variable dependen (minat konsumen) sebesar 15%. Atau variasi variable independent yang digunakan dalam model (sales promotion) mampu menjelaskan sebesar 15% variasi variable dependen (minat konsumen). Sedangkan sisanya 85% dipengaruhi faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini