

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2007, **Manajemen Penelitian**, Edisi Revisi, Rineka Cipta. Jakarta
- Basu Swastha Dll.1 Hari Handoko. 2000. **Manajemen Pemasaran. Analisa Perilaku Konsumen**. Edisi Liberty. Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. 2004. **Pemasaran Jasa**. Cetakan Pertama. Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Jakarta.
- Kotler. P. Suee. H.A. Siew M.L. Chin T.H. 2002. **Manajemen Pemasaran Perspektif Asia**. Buku II. Andi Yogyakarta
- Kotler. Philip . 1997, **Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian)**, Edisi Revisi. Jilid 1, 121 . Prehallindo. Jakarta
- Mc. Carthy. E Jerome. 1985. **Dasar-dasar Pemasaran (Terjemahan Gunawan Hutauruk)**. Erlangga
- Muhammad Teguh. 1999, **Metodologi Penelitian Bisnis (Teori dan Aplikasi)**, cetakan Pertama. PT. Raja Grafindo Perkasa
- Sugiono, 2008, **Metode Penelitian Bisnis**, Cctakan Pertama. CV. Alfabet. Bandung
- Stanton. j William , 1987, **Prinsip Pemasaran (terjemahan Yohanes Lamarto)**. Jilid 1, Edisi VII. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Yazid. 1999. **Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi**. Ekonisia
- Yoedi. R.I. 2000. **Manajemen Pemasaran Jasa dan Teori dan Praktik**. Salemba Empat.

LAMPIRAN

DAFTAR WAWANCARA

IDENTITAS RESPONDEN

No. Responden	:	
Nama	:	
Jabatan	:	

PETUNJUK :

Jawablah pernyataan berikut dengan baik dan jujur dengan memberi tanda silang (x) pada kolom yang tersedia pada kuesioner dengan judul : "Pengaruh Kebijakan Promosi Terhadap Tingkat Permintaan Konsumen pada PT. Pegadaian Kanwil I Medan.

No.	Pernyataan	Jawaban dan Skor				
		SS	S	R	KS	TS
		5	4	3	2	1
X	Kebijakan Promosi					
1	PT. Pegadaian melakukan promosi dengan memasang iklan di berbagai media					
2	PT. Pegadaian melakukan promosi dengan melakukan penyebaran brosur melalui personal selling					
3	PT. Pegadaian ikut serta dalam penyelenggaraan event tertentu sebagai sponsor					
4	PT. Pegadaian menyclenggaran kegiatan tertentu dengan biaya sendiri dalam mempromosikan produk-produk honda terbaru					
5	Promosi yang dilakukan melalui periklanan dibuat semenarik mungkin					
6	Promosi yang dilakukan selalu direncanakan terlebih dahulu					
7	Program promosi penjualan di rancang berdasarkan pengalaman, pra uji harus dilaksanakan untuk menentukan apakah alat-alat yang dipakai tepat					
8	Evaluasi hasil promosi dilakukan dengan menggunakan metode tertentu untuk mengukur efektifitas promosi penjualan.					

No.	Pernyataan	Jawaban dan Skor				
		SS	S	R	KS	TS
		5	4	3	2	1
Y	Tingkat Permintaan Konsumen					
1	Produk jasa PT. Pegadaian dapat memenuhi kebutuhan dan kepentingan masyarakat					
2	Masyarakat telah banyak mengetahui informasi tentang peran dan fungsi PT. Pegadaian					
3	Konsumen menggunakan jasa PT. Pegadaian karena memahami dengan jelas cara kerja dan pelayanan PT. Pegadaian					
4	Sampai saat ini setiap konsumen tetap merasa puas menggunakan jasa PT. Pegadaian					
5	Masyarakat tertarik untuk menggunakan jasa PT. Pegadaian karena adanya kemudahan dalam membayar pinjaman dengan cara mengangsur.					
6	Masyarakat memilih PT. Pegadaian karena tingkat bunga yang ditawarkan dapat terjangkau oleh masyarakat					
7	Jumlah permintaan pinjaman melalui jasa gadai selalu mengalami peningkatan baik dari jumlah pinjaman maupun jumlah nasabah.					
8	Peningkatan permintaan terjadi setelah adanya event dan iklan yang dilakukan oleh PT. Pegadaian					

Keterangan :

- SS = Sangat Sesuai dengan skor 5
 S = Sesuai dengan skor 4
 R = Ragu dengan skor 3
 KS = Kurang Sesuai dengan skor 2
 TS = Tidak Sesuai dengan skor 1