

DAFTAR PUSTAKA

- A. Azis Hasan, 2008. **Marketing & Strateginya**. Bali Scan. Medan.
- Assouri, Sofyan, (2005), **Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi**, Cetakan Ketiga, CV. Rajawali, Jakarta.
- Basu Swastha DH, (2000), **Manajemen Pemasaran**, Edisi Revisi, Cetakan Kedua, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Boyd Happer W, Wallket. Orville C dan Larranche. (2000). **Marketing Management**. Edisi Kedua, Jilid I, Erlangga, Jakarta.
- Catur, 2001, **Marketing dan Strateginya**. BPFE, Yogyakarta.
- Fajar Laksana (2008). **Manajemen Pemasaran**, Cetakan Pertama, Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Freddy Rangkti. (2001), **Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis, Reorientasi, Konsep Perencanaan Staretegis Untuk Menghadapi Abad 21**, Cetakan Kedelapan, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Nembah F. Hartimbi, (2011), **Manajemen Pemasaran**. Cetakan Pertama. CV. Yrama Widya. Bandung.
- Philip, Kotler, (2009). **Managemen Pemasaran**, (Analisis, Perencanaan, Implementasi, Pengendalian), Edisi Keenam, Salemba Empat, Jakarta.
- Setiadi, Nugrobo J., (2005), **Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran**, Edisi Pertama, Cetakan Kedua. Prenada Media, Jakarta.
- Sukanto Reksobadiprodjo, et. al, 2000, **Kebijaksanaan Perusahaan (Business Policy)**, Konsep Dasar dan Studi Kasus, Edisi 2, Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Simamora, Bilson (2004), **Panduan Riset Perilaku Konsumen**, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Tjiptono, (2005). **Kiat Membuat Rencana Pemasaran Dalam 30 Menit**, Penerbit Proges. Jakarta
- Tim penyusun. (2008), **Pedoman Penulisan Skripsi**. Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area – Medan.

Sugiyono. (2005), **Metode Penelitian Bisnis**, Cetakan Kedelapan Belas, Alfabeta, Bandung.

Nurgiyantoro, Burban, Gunawan, dan Marzuki. (2000). **Statistik Terapan : Untuk Penelitian Ilmu-ilmu Sosial**. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

[Http://www.Psikomedia.com](http://www.Psikomedia.com). Diakses tanggal 11 Februari 2012.

**PENGARUH SALES PROMOTION DALAM MEMPERTAHANKAN
MINAT KONSUMEN SUSU NESTLE
PADA PT. RAPP MEDAN**

Dengan segala kerendahan hati, saya mohon bantuan Bapak/ibu untuk mengisi angket ini yang akan saya gunakan untuk penelitian saya dengan judul "Pengaruh Sales Promotion Dalam Mempertahankan Minat Konsumen Susu Nestle Pada PT. RAPP Medan. Semoga dengan bantuan Bapak/Ibu memberikan manfaat bagi kita semua. Atas kerjasama yang diberikan saya ucapkan terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama Ibu/Bapak :

Alamat :

No.Telp/Hp :

Produk yang digunakan anak :

Cara pengisian untuk pernyataan cukup dengan memberi tanda checklist (√) pada jawaban yang anda pilih. Dengan keterangan :

SP : Sangat Puas
P : Puas
CP : Cukup Puas
KP : Kurang Puas
STP : Sangat Tidak Puas

DAFTAR PERNYATAAN

I. PERNYATAAN VARIABEL BEBAS X (SALES PROMOTION)

No	Pernyataan	Jumlah				
		SP	P	CP	KP	TP
1	Pihak SPG menawarkan souvenir jika anda membeli produk Susu Nestle sebanyak 2 kaleng.					
2	Pihak SPG menawarkan beli 2 kaleng 800gr gratis 1 kaleng 400gr serta adanya pemberian souvenir					
3	SPG produk Susu Nestle menawarkan potongan harga sebesar 10% untuk membeli 2 kaleng 800gr.					
4	Perusahaan memberikan potongan sebesar 15.000 per kaleng setiap pembelian produk Susu Nestle.					
5	Potongan Harga yang dibuat pihak perusahaan membuat saya puas.					
6	Produk Susu Nestle yang dijual memberikan penawaran setiap pembelian produk tersebut harus mengumpulkan struk pembelian.					
7	Produk gratis dengan harga yang sudah dikurangi untuk mendorong pembelian produk tersebut.					
8	Mengurangi harga produk Susu Nestle melalui tawaran pembayaran memuaskan anda.					
9	Pemberian kupon hadiah membuat anda puas untuk membeli produk tersebut selanjutnya.					

II. PERNYATAAN VARIABEL TERIKAT Y (MINAT KONSUMEN)

No	Pernyataan	Jumlah				
		SP	P	CP	KP	TP
1	Produk Susu Nestle yang dijual menarik perhatian anda dengan adanya penawaran-penawaran khusus					
2	Produk yang ditawarkan pihak SPG Susu Nestle menarik perhatian anda untuk membeli.					
3	Anda tertarik membeli Susu Nestle dikarenakan adanya potongan harga sebesar 15%.					
4	Anda tertarik membeli produk Susu Nestle dikarenakan adanya pemberian souvenir-souvenir yang menarik yang ditawarkan pihak SPG					
5	Untuk meningkatkan minat beli serta kesetiaan, perusahaan harus memberikan service, hadiah, kemudahan serta layanan					
6	Pelayanan yang memuaskan, menambah minat beli anda terhadap produk Susu Nestle					
7	Anda berfikir lama dalam memutuskan untuk membeli dikarenakan keutamaan suatu produk.					
8	Anda melakukan pertimbangan dengan cara mencari Informasi lalu kemudian memutuskan untuk membeli					