

**PENGARUH PELAYANAN DAN POTONGAN HARGA GUNA MENINGKATKAN
MINAT PEMBELIAN PADA PT. MATAHARI DEPARTEMENT STORE
MEDAN**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

**WIWIK
NPM : 04 832 0066**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2 0 1 1**

Judul : PENGARUH PELAYANAN DAN POTONGAN HARGA
GUNA MENINGKATKAN MINAT PEMBELIAN PADA
PT. MATAHARI DEPARTEMEN STORE MEDAN
Nama Mahasiswa : WIWIK
No. Stambuk : 04 832 0066
Jurusan : MANAJEMEN

Menyetujui :
Komisi Pembimbing

Pembimbing I

(Amrin Mulia U, SE, MMA)

Pembimbing II

(Hery Syahrial, SE, MSi)

Mengetahui :

Ketua Jurusan

(Ihsan Effendi, SE, MSi)

Dekan



(Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEc)

Tanggal Lulus : 2011

UCAPAN TERIMA KASIH

Bismillahirrahmanirrahim,

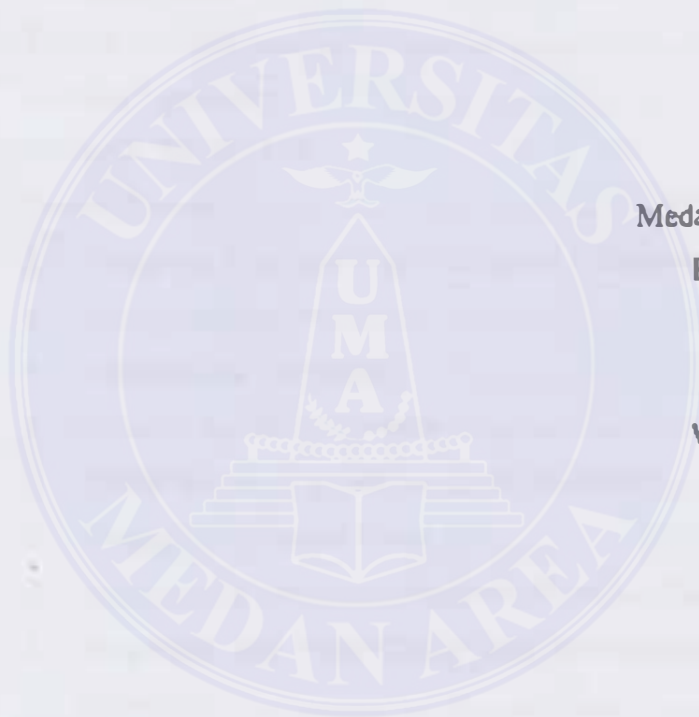
Puji dan syukur peneliti ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan **bikmat** kesehatan, petunjuk, dan bimbingan serta kekuatan sehingga peneliti dapat menyelesaikan pembuatan skripsi ini, dengan baik dan lancar.

Selanjutnya peneliti menyadari, tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak penyusunan skripsi ini tidak dapat berjalan baik. dalam hal ini peneliti telah banyak menerima bantuan-bantuan dan bimbingan moral dan materil. Maka pada kesempatan ini perkenankanlah peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ayahanda tereinta Muhammad Amin, Ibunda tereinta Tumiyem, Kakanda Juliadi, Kakanda Yuliana, Kakanda Rini Ani dan Kakanda Zukliadi (Alm) yang telah banyak memberikan dukungan moral dan materil kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di Perguruan Tinggi.
2. Bapak Amrin Mulia U, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I yang dengan sabar membimbing dan memberikan petunjuk serta meluangkan waktunya untuk membantu penelitian dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Heri Syatrial, SE, MSi selaku dosen pembimbing II yang dengan sabar membimbing dan memberikan petunjuk serta meluangkan waktunya untuk membantu penelitian dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Drs. H. Aziz Hasan, MM selaku ketua tim penguji.
5. Dra. Ismah LKS, MMA selaku sekretaris tim penguji.
6. Seluruh Dosen, beserta seluruh staff administrasi di Universitas Medan Area yang telah memberikan fasilitas dan kemudahan kepada peneliti dalam proses perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Manajer PT. Matahari Departemen Store Grand Palladium yang terletak di Jl. Kapten Maulana Lubis No. 8 Medan yang telah memberi izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian di Perusahaan tersebut.
8. Pada sahabat saya Neni Aprianti, SE yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
9. Kepada teman saya Ratih Handayani Sitorus dan Andika Patut Surbakti Atas Doa dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis hingga akhir penyelesaian skripsi.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat kesalahan kelemahan-kelemahan dalam penulisan skripsi ini baik tata tulis maupun isinya, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Semoga segala amal dan budi baik semua yang telah diberikan kepada peneliti mendapat imbalan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhir kata peneliti berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi perkembangan ilmu ekonomi.



Medan, Juni 2011

Penulis

Wiwik

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
RINGKASAN	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
BAB II : LANDASAN TEORITIS	
A. Uraian Teoritis	5
1. Pengertian Pelayanan dan Pentingnya Pelayanan	5
2. Strategi-strategi Pelayanan	7
3. Karakteristik Pelayanan.....	9
4. Dimensi dan Prinsip-prinsip Pelayanan.....	12
5. Faktor-faktor yang mempengaruhi Pelayanan.....	16
6. Pengertian Potongan Harga	17
7. Faktor-faktor yang mempengaruhi Potongan Harga ..	18
8. Pengertian dan Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli	20
B. Kerangka Konseptual.....	23
C. Hipotesis	24
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Jenis, Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
B. Populasi dan Sampel.....	26
C. Definisi Operasional.....	27
D. Jenis dan Sumber Data.....	28
E. Teknik Pengumpulan Data	29
F. Teknik Analisis Data	30

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	32
1. Sejarah Singkat Perusahaan	32
2. Struktur Organisasi	33
3. Urutan Tugas dan Tanggung Jawab	36
B. Pembahasan	38
1. Penyajian Data Responden	38
2. Pengolahan Data Angket	41
3. Teknik Analisis Data	54

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	57
B. Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan yang mendirikan suatu usaha tentu menginginkan usahanya dapat hidup terus-menerus tanpa dibatasi oleh waktu. Hal ini merupakan salah satu tujuan didirikannya suatu perusahaan. Dapat hidup terus menerus artinya dapat terus beroperasi, berkembang menikmati laba dan panjang umur. Dalam praktiknya kehidupan suatu usaha beragam, mulai dari yang berumur panjang sekali hingga ratusan tahun (untuk beberapa generasi) sampai yang hanya beberapa tahun saja. Bahkan tidak sedikit perusahaan yang sudah mati sebelum beranjak dewasa.

Agar suatu perusahaan panjang umur, perlu dicarikan resep untuk mengatasinya. Resepnya adalah terus dilakukan dan ditingkatkan omset penjualannya atau jumlah pelanggannya (nasabah) karena hanya dengan meningkatkan omset penjualan, atau jumlah pelanggan, tujuan dapat tercapai. Meningkatkan omset penjualan pada akhirnya akan dapat pula meningkatkan laba perusahaan. Peningkatan laba penting bagi usaha dalam rangka terus menerus dapat beroperasi dan berekspansi lebih luas lagi sehingga mampu mempertahankan hidupnya. Tentu saja laba yang diinginkan harus sesuai dengan target yang telah ditentukan setiap periodenya.

Banyak cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan minat pembelian atas produk/jasa yang ditawarkan perusahaannya. Misalnya dengan memberikan pelayanan yang optimal,

UNIVERSITAS MEDAN AREA

meningkatkan kualitas produk, menentukan promosi penjualan, terus mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggannya atau dengan cara lain.

Kenyataannya, pelayanan dan potongan harga yang diberikan pada akhirnya akan mampu meningkatkan minat beli, disamping akan mampu mempertahankan pelanggan yang ada (lama) untuk terus mengonsumsi atau membeli produk yang kita tawarkan, serta akan mampu pula untuk menarik calon pelanggan baru untuk mencobanya.

Untuk meningkatkan minat pembelian PT. Matahari Departement Store Medan juga harus melakukan suatu kegiatan pelayanan dan potongan harga. Pelayanan dan potongan harga yang diberikan untuk meningkatkan minat pembelian terhadap suatu produk/jasa yang ditawarkan. Untuk mencapai kecepatan dan ketepatan pelayanan yang diberikan kepada pengunjung, pelayanan yang baik juga perlu didukung oleh potongan harga yang dibutuhkan sehingga pembelian meningkat.

Berkenaan dengan pengaruh pelayanan dan potongan harga guna meningkatkan minat pembelian maka hal ini dijadikan sebagai topik penelitian/pokok bahasan dalam penyusunan skripsi ini. Selanjutnya sebagai obyek penelitian/sasaran penelitian penulis memilih PT. Matahari Departement Store Medan, mengingat pelayanan dan potongan harga berpengaruh guna meningkatkan pembelian, maka penulis tertarik untuk memilih judul : **“Pengaruh Pelayanan dan Potongan Harga Guna Meningkatkan Minat Pembelian Pada PT. Matahari Departement Store Medan “.**

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma, (2004), **Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa**, Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Chandra, Gregorius, (2001), **Pemasaran Global**, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Fitzsimmons, (2001), **Pelayanan Barang dan Jasa**, Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, (2005), **Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian**, Edisi ketujuh, Penerbit Lembaga F-E UI, Jakarta
- Mursid M., (2003), **Manajemen Pemasaran**, Edisi Pertama, Jilid Ketiga, Penerbit BUMI AKSARA, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, (2001), **Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek**, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Mursid M., (2003), **Manajemen Pemasaran**, Edisi Pertama, Jilid Ketiga, Penerbit BUMI AKSARA, Jakarta.
- Payne, Adrian, (2000), **Pemasaran Jasa**, Cetakao 1, Edisi 1, Penerbit Andi offset, Yogyakarta.
- Sugiarto Endar, (2002), **Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa**, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono, (2005), **Metode Penelitian Bisnis**, Cetakan Kedelapan Belas, Alfabeta. Bandung.
- Swastha. Basu dan Irawan, (2000), **Manajemen Pemasaran Modern**, (Edisi II, Get. VHI),: Liberty Yogyakarta.
- Simamora Hendry, (2000), **Manajemen Pemasaran Internasional**, Jilid Tiga, Salemba Empat, Jakarta.
- Soekartawi, (2000), **Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern**, Penerbit Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Tjiptono, (2004), **Kiat Membuat Rencana Pemasaran Dalam 30 Menit**, , Penerbit Proges, Jakarta.
- Tim Penyusun, (2008), **Pedoman Penulisan Skripsi**, Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area – Medan.

KUISIONER PENELITIAN “PENGARUH PELAYANAN DAN POTONGAN HARGA GUNA MENINGKATKAN MINAT PEMBELIAN PADA PT. MATAHARI DEPARTEMENT STORE MEDAN”.

Saya mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Medan Area, sedang menyusun Sebuah Karya Ilmiah Sebagai Salah Satu Syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Medan Area dengan judul : “ Pengaruh Pelayanan dan Potongan Harga Guna Meningkatkan Minat Pembelian Pada PT. Matahari Departement Store Medan”.

Besar harapan saya kiranya Bapak/Tbu bersedia mengisi kuisisioner ini dengan sejujurnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun. Terima kasih dan selamat mengisi kuisisioner ini.

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama Ibu/Bapak :

Jenis Kelamin :

Pendidikan :

Status Karyawan :

Usia :

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

ST : Sangat Setuju

S : Setuju

R : Ragu-ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

II. DAFTAR PERTANYAAN

Pertanyaan Variabel Bebas X₁ (Pelayanan)

No	Pertanyaan	Tanggapan				
		ST	S	R	TS	STS
1	Apakah konsumen memperoleh keuntungan jika tidak berhubungan langsung dengan tenaga penjual?					
2	Apakah konsumen selalu membandingkan produk yang sudah dia kenal dengan produk baru yang belum diketahuinya?					
3	Apakah dengan mengulur waktu dengan berbagai alasan merupakan tindakan yang sangat mengecewakan pelanggan?					
4	Apakah konsumen sering mengeluh jika ada yang membutuhkan pelayanan secepat mungkin tidak segera dilayani?					
5	Apakah perilaku pelayanan yang baik dapat memuaskan pihak konsumen?					
6	Apakah dalam menyampaikan informasi kepada konsumen, dalam bahasa yang mudah mereka pahami?					
7	Apakah suasana dan kondisi fisik lingkungan dapat mempengaruhi dalam memberikan pelayanan?					
8	Apakah kunci keberhasilan dalam persaingan sering terletak pada penambahan pelayanan?					

Pertanyaan Variabel X₂ (Potongan Harga)

No	Pertanyaan	Tanggapan				
		ST	ST	ST	ST	ST
1	Apakah potongan harga yang ditetapkan perusahaan merupakan strategi yang jitu?					
2	Apakah perusahaan telah menetapkan sasarannya dalam mempertahankan pangsa pasar?					
3	Apakah perusahaan sering mengambil keputusan dalam menetapkan potongan harga?					
4	Apakah biaya merupakan dasar dari harga yang dapat ditetapkan oleh perusahaan untuk produknya?					
5	Apakah potongan harga yang diberikan perusahaan dapat menutup semua biaya yang dikeluarkannya?					
6	Apakah konsumen merasa senang dengan potongan harga yang diberikan oleh perusahaan?					
7	Apakah konsumen menyeimbangkan harga suatu produk atau jasa dengan manfaat untuk memilikinya?					
8	Apakah perusahaan harus memperhatikan apa dampak dari harganya terhadap pihak lain dalam lingkungannya?					

Pertanyaan Variabel Y (Minat Pembelian)

No	Pertanyaan	Tanggapan				
		ST	ST	ST	ST	ST
1	Apakah harga yang ditetapkan dalam pembelian suatu produk dapat menambah minat beli?					
2	Apakah anda merasa harga yang diberikan perusahaan sangat mempengaruhi minat beli konsumen?					
3	Apakah pelayanan yang anda berikan menambah minat terhadap konsumen?					
4	Apakah dengan adanya discount potongan harga menambah minat beli konsumen?					
5	Apakah anda setuju bahwa untuk meningkatkan minat beli, perusahaan harus memberikan service, hadiah, kemudahan serta layanan?					
6	Apakah anda setuju konsumen yang puas, karena adanya potongan harga yang menguntungkan?					
7	Apakah dengan adanya potongan harga yang ditawarkan perusahaan, konsumen merasa puas?					
8	Apakah anda setuju konsumen dapat memiliki kepuasan atau loyalitas terhadap minat beli suatu produk?					